



Universidad Austral de Chile
Facultad de Filosofía y Humanidades
Escuela de Antropología

**LA TELEVISIÓN Y LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN MASIVOS COMO
GENERADORES DE UNA CULTURA DEL
MIEDO EN LA SOCIEDAD CHILENA ACTUAL.
UN ESTUDIO EN LA CIUDAD DE VALDIVIA.**

Patrocinante: Dr. Roberto Morales Urra
Instituto de Estudios Antropológicos
Universidad Austral de Chile

Tesis para optar al grado de
Licenciado en Antropología
y al título de Antropólogo

AGUSTÍN ALEJANDRO PEÑA LARA
VALDIVIA – CHILE
2013

INDICE

| | |
|---|-----|
| INTRODUCCIÓN..... | 3 |
| PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..... | 5 |
| JUSTIFICACIÓN..... | 10 |
| HIPÓTESIS DE TRABAJO..... | 12 |
| OBJETIVOS..... | 13 |
| MARCO TEÓRICO..... | 14 |
| Los medios de comunicación..... | 16 |
| La propiedad de los medios..... | 21 |
| El consumo de televisión..... | 25 |
| Teoría de la Agenda-Setting..... | 28 |
| La delincuencia..... | 30 |
| Los medios y su relación con las audiencias..... | 31 |
| El miedo..... | 37 |
| Configuración social del miedo como dispositivo cultural..... | 39 |
| Perspectiva antropológica de la relación medios-miedo..... | 47 |
| El miedo como productor de sentido..... | 49 |
| Las clases sociales..... | 50 |
| La generación..... | 55 |
| El género..... | 60 |
| METODOLOGÍA..... | 63 |
| La selección de los medios de comunicación y de la programación televisiva..... | 67 |
| La entrevista..... | 68 |
| RESULTADOS – ANÁLISIS DE LOS DATOS..... | 70 |
| Análisis de los medios y la programación televisiva seleccionada..... | 71 |
| Análisis de las entrevistas..... | 77 |
| 1. Los medios de comunicación y la exhibición de los sucesos que generan miedo..... | 77 |
| 2. Pensar y sentir sobre el miedo..... | 85 |
| 3. Los sucesos ocurridos al entrevistado..... | 92 |
| 4. Actitudes, conductas y comportamientos sobre el miedo..... | 95 |
| 5. Dimensión política de los sucesos que generan miedo de la TV u otros medios..... | 101 |
| CONCLUSIONES..... | 104 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 108 |

TABLAS Y FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1: Nueva dictadura mundial y nacional..... | 15 |
| Tabla 1: Propiedad de los medios de comunicación en Chile..... | 23 |
| Tabla 2: Cantidad de medios de comunicación por grupo económico..... | 24 |
| Tabla 3: Cantidad de empresas por grupo económico..... | 24 |
| Figura 2: Consumo de Programación por Franja Horaria (en porcentajes)..... | 26 |
| Figura 3: Distribución del Consumo Promedio de TV abierta por Género Televisivo..... | 27 |
| Figura 4: Distribución por rangos de edad de usuarios de Internet en porcentajes..... | 57 |
| Figura 5: Distribución del Consumo Promedio Diario según Rango Etario..... | 58 |
| Tabla 4: Entrevistados seleccionados por categorías..... | 69 |
| Figura 6: Ejemplos de portadas desviadoras de atención..... | 75 |
| Tabla 5: ¿Cuán probable cree que usted o alguien de su hogar pueda ser víctima de..... | 94 |
| Tabla 6: ¿Cuántas veces en los últimos 12 meses ha sido usted o algún miembro de su hogar víctima de..... | 93 |

INTRODUCCIÓN

La presente investigación aborda el tema de la relación existente entre los medios de comunicación masivos, principalmente la televisión, y la sociedad chilena con la cultura de miedo, siendo esta última formada por los primeros.

La principal propuesta que aquí se expone, es que los medios de comunicación contribuyen a generar una cultura del miedo en la sociedad chilena, a través de diferentes procesos y factores de influencia gracias a la recargada agenda informativa sobre sucesos de violencia.

La gran pregunta que sirve de brújula para este trabajo es: ¿cuáles son los procesos por los que la televisión y los medios de comunicación generan una cultura del miedo en la sociedad chilena actual?

Mediante un acercamiento metodológico cualitativo, y básicamente utilizando la técnica de la entrevista, el objetivo que se busca es identificar los procesos en los que la televisión, y los medios de comunicación masivos en general, a través de distintos factores de influencia y control tales como la sobreexposición de ciertos hechos, la desviación de atención hacia otros hechos, la estigmatización de grupos y personas, la omnipresencia y la falsa diversificación.

Como investigador y parte integrante de la sociedad chilena se torna imperativo indagar en el funcionamiento de los medios de comunicación y entender cómo esta cultura del miedo es producto del accionar de las grandes esferas del poder político y económico a través de los medios de comunicación. Comprender y plantearse los medios de comunicación como un brazo extendido de las elites de poder para mantener las condiciones sociales y culturales que los perpetúan en el poder.

El trabajo presente, nace de la necesidad de integrar la antropología a la tarea de contribuir al cambio social y al sentido crítico frente a los entes de poder. Un cambio social que se dirija hacia el empoderamiento de la sociedad civil, que contribuya a una democracia más participativa e inclusiva y que sea propulsora de unos medios de comunicación menos manipulados y manipuladores donde el común de las personas se informe de los temas de real importancia (política, economía, cultura, por nombrar algunos ejemplos) para la toma de decisiones que afectarán sus propias vidas.

En este sentido se considera muy importante que desde esta disciplina puedan emanar aportes no tan solo al ámbito del conocimiento en la academia de las ciencias sociales, sino que también este tipo de aportes puedan servir de herramientas para la sociedad civil en general y

para agentes que impulsen un cambio social y junto con ello contribuir a una mirada más crítica ante lo que se nos presenta en los medios.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Para mostrar primeramente qué es lo que se investiga con este trabajo, se hace necesario plantearlo en forma de la siguiente pregunta: ¿cuáles son los procesos por los que la televisión y los medios de comunicación favorecen en generar una cultura del miedo en la sociedad chilena actual?

Los medios de comunicación masivos, y sobretodo la televisión, en los últimos años han jugado un papel muy importante en la configuración de la cultura de la sociedad chilena. Esto ocurre gracias a que desde la década de los 60 la televisión irrumpe en los hogares chilenos tímidamente y no es sino hasta los años 90 donde se presenta este medio con un carácter masivo. Precisamente hablando, ¿Qué procesos son los que influyen con temor o miedo a la ciudadanía chilena? ¿Qué hacen los medios para que la sociedad actúe con temor? Estas preguntas no son nuevas, se han planteado desde diferentes perspectivas, siendo una de las principales la teoría de la comunicación. Sin embargo en esta oportunidad pretendemos realizar un análisis que provenga desde las ciencias sociales en especial desde la disciplina que nos atañe, la antropología.

En lo concreto, debemos entender que los medios de comunicación son un mecanismo de transmisión de la cultura en el contexto de las sociedades capitalistas, y por ende, su estudio desde la antropología, se relaciona con esa capacidad transmisora de cultura y valores. “La antropología de los mass media es un campo dentro de la antropología que trata de la relación entre los medios masivos de comunicación y la cultura. El punto específico de esta relación es cómo la cultura se transmite a través de los mass media. Por consiguiente, nosotros estudiamos un proceso o sistema por medio del cual la sociedad es formada. Se ha aproximado a los medios masivos de comunicación de muchas maneras. La perspectiva antropológica de los mass media dice que nosotros estamos interesados en cómo una manera de ser (mujer, étnico, nacional, etc.) se transmite a las personas por un proceso de comunicación masiva. La antropología es la ciencia social que estudia la cultura. Por consiguiente la antropología de los medios masivos de comunicación es el campo dentro de la antropología que estudia la manera en la que la cultura nos forma a través de los mass media” (Osorio, 2002, p. 3).

Para hacer ese análisis desde la antropología es necesario preguntarse qué y cómo se transmite esa cultura, entendida como una red de significados en que los seres humanos, y tejida por ellos mismos, se hayan insertos (Geertz, 2003 p.20) y que constituye un patrón en el que se incluyen conjuntos de creencias, valores, expresiones lingüísticas, acciones, comportamientos y

artefactos materiales por medio de los cuales los individuos se comunican y comparten experiencias, encajado en determinados contextos y procesos socio-históricos específicos dentro de los cuales y por medio de los cuales son producidas, transmitidas y recibidas (Thompson *cit. en* Larraín, 2005, p.91). En esa línea, y teniendo en cuenta el contexto histórico social global en que nos encontramos, se considera que “en las sociedades capitalistas, la clase dominante crea sistemas culturales útiles para la transmisión de valores fundamentales para perpetuar su dominación, tanto en su propia sociedad como en el ámbito internacional dando lugar a lo que se conoce como “imperialismo cultural” (Rodrigo Alsina en Espinar *et al*, 2006, p. 98). Dentro de esos valores fundamentales a los que se refiere Rodrigo Alsina están el consumismo y el miedo, entre algunos otros, valores que están acordes con el imperialismo cultural capitalista presente en el mundo de hoy. Imperialismo cultural se puede definir como: “el conjunto de procesos mediante los cuales una sociedad se introduce en el seno del moderno sistema mundial y la forma en que su capa dirigente es inducida, mediante fascinación, presión, fuerza o corrupción, a modelar las instituciones sociales para que se correspondan con los valores y estructuras del centro dominante del sistema o a convertirse en su promotor” (Mattelart en Espinar *et al*. 2006, p.106).

Para este propósito, consideramos preliminarmente que los medios de comunicación de masas, y particularmente la televisión, no son para nada inocuos en la sociedad chilena, sino todo lo contrario, en la sociedad chilena de las últimas dos décadas (período de cuatro gobiernos de la Concertación y el actual de derecha, y que está regido por la Constitución política de 1980, herencia de la dictadura de Augusto Pinochet), han influido de tal forma que es posible afirmar que han favorecido la conformación de una cultura del miedo, una especie de transformación en la cultura chilena, que se ha desviado hacia prácticas de sobreprotección, de inseguridad, de paranoia, de miedo hacia el resto de la comunidad, hacia el otro, hacia ese otro que muestra la televisión de la que nos aleja, haciéndonos creer que somos otro tipo de personas, con otros asuntos, con otros problemas, con otras vidas.

Asimismo, esta cultura del miedo, se expresa diferenciadamente en los sujetos, de acuerdo a su clase social, a su generación y a su género. Según el prejuicio social existente, está instalada la noción, por ejemplo, de que quienes causan miedo a otros son generalmente jóvenes varones de clase trabajadora, provenientes de sectores populares, mientras que quienes son víctimas de ese temor generalmente son mujeres y ancianos por considerárseles más débiles. Por ello se hace importante la aplicación de estas categorías explicativas para observar las manifestaciones diferenciadas del miedo.

A modo de una definición inicial, podemos decir que la cultura del miedo es una forma de comportamiento social adquirido por los sujetos mediante el proceso de consumo de medios de comunicación de masas y que se refleja básicamente en la sensación de incertidumbre, miedo, inseguridad ante el resto de la sociedad que conducen a actitudes de autoprotección exagerada, sospecha permanente de otros individuos, individualismo, entre otras.

Si tomamos la perspectiva desde un análisis de clases, esta incidencia en la composición sociocultural de nuestra sociedad responde a un modelo político y económico en que los medios de comunicación de masas, representan y reproducen los intereses de la burguesía, que obviamente son los intereses de los grandes consorcios económicos capitalistas, y los intereses políticos del Estado chileno, en su afán de mantener el control social de las masas. Lo que se busca con este aparataje ideológico es propiciar un ambiente en que se mantengan sumisas y se reduzcan al mínimo la capacidad de crítica hacia el sistema político económico imperante, en este caso el capitalismo neoliberal. Por medio de la televisión (y así como otros aparatos ideológicos como la escuela por ejemplo) se ejerce una violencia simbólica, se influncian las subjetividades (las formas de ver y sentir el mundo y su alrededor) de los sujetos para que mantengan las directrices de un comportamiento “normal”, la idea del buen ciudadano, sumiso y falto de crítica. Se estigmatizan grupos de personas en hechos de violencia, delincuencia, criminalidad explícitos, mostrándolos excesivamente por los noticieros argumentando que son sujetos irracionales, anormales y por lo tanto condenables. Estos procesos se enmarcan en la idea de control del poder en cualquier sistema político, y corresponden a “estrategias de una minoría privilegiada y controladora del discurso modernizante sobre la unificación mercadológica y tecnológica del planeta” (Sodré, 2001, p. 94) de los cuales el sistema capitalista no es excepción.

Esta es la forma en que la televisión muestra los hechos, se muestra el acto delictual de forma irracional, antisocial, y se omiten los factores causales de éstos. La televisión como un medio de comunicación al servicio de la elite empresarial, no le interesa y no le conviene mostrar que todos estos acontecimientos tienen, entre todos los factores que los generan, su origen principalmente en la desigualdad social, la repartición desigual de la riqueza, la falta de oportunidades y el agobio de las personas que usan los servicios públicos, ineficientes, desordenados, caóticos.

Basándonos en la explicación que Moulián ofrece a este fenómeno de control social en los gobiernos de la concertación, la delincuencia se establece como una estrategia que les viene “de perillas” a los nuevos gobiernos democráticos. Ante el advenimiento de estos gobiernos débiles de la concertación (comparados con la dictadura militar, donde la coerción física era pan de cada

día) era necesario presentar un discurso apocalíptico del futuro, un discurso que legitime el uso de la fuerza policial, un discurso que fuera capaz de generar en la sociedad una sensación cada vez más creciente de aplicar la fuerza estatal para combatir las anomalías criminales. Como lo dice Moulián, basado en el texto de Fuentes, “El dispositivo de denuncia orquestada de la delincuencia recrudescida, que intentaba que los chilenos echáramos de menos el gobierno fuerte de Pinochet, libre de esa lacra, funcionó con eficacia en la visibilización del problema. El tema de la delincuencia se ubicó en el primer lugar de las preocupaciones ciudadanas en las encuestas de opinión pública y en la agenda televisiva” (Fuentes, 1992 cit. en Moulián, 2002 p. 132). En definitiva hay una preparación psicológica de las masas, para mantenerse manejable y aprobar (no criticar) un sistema democrático de restricción y vigilancia.

La forma en que se da este molde de la cultura de la sociedad chilena ocurre en la exposición que hace la televisión de los hechos de violencia, delitos, asesinatos diariamente. Estos acontecimientos violentos son consumidos por las personas porque es imposible no mirarlos, como lo indica Manuel Garrido: “la violencia humana representada en los medios convoca con fuerza la mirada (la pupilometría lo confirma), estimula el organismo, incrementa la circulación sanguínea y la actividad cerebral. Son manifestaciones fisiológicas de los efectos mentales de la violencia televisada: a corto plazo, temor; a medio plazo, aprendizaje de procedimientos eficaces para la resolución de conflictos; y a largo plazo, insensibilidad ante la imagen violenta” (Garrido, 2002 cit. en Vidal 2005 p. 115). Esto es más o menos lo que se viene dando en los ciudadanos chilenos en la década de los 90, incrementando la sensación (y el discurso) del legítimo uso de la fuerza para el mantenimiento del orden público.

Por lo tanto, el interés de esta investigación radica en averiguar cuales son esos factores de influencia, principalmente relacionados con la forma en cómo se muestra un tipo de violencia, y cual es el resultado en las audiencias, es decir, identificar cada uno de esos procesos y conjuntamente comprender cómo se manifiestan en quienes hacen consumo de los medios masivos de comunicación, cómo se expresa o manifiesta esa cultura del miedo. Es muy fácil ver las ciudades divididas, lugares amurallados separados de otros lugares, viviendas que parecen fortalezas, con alambradas en sus muros, alarmas de seguridad, cámaras de vigilancia y un sinnúmero de aparatos que indican que vivimos en una sociedad asustada, temerosa de los demás. Las personas tienen miedo a ser asaltadas en la calle, a ser estafadas, a que entren a su casa a robar, temen por la seguridad de sus hijos, de su familia.

Todo esto es parte de una forma de comportamiento que quizás décadas atrás no se daba con tanta frecuencia y justamente sobre esto el estudio quiere dar cuenta lo mejor detallado posible.

JUSTIFICACIÓN

La actual sociedad civil de nuestro país, Chile, está muy influenciada por los medios de comunicación, sobretodo por los mensajes de consumismo e información sobre distintos temas de contingencia nacional que esta recibe. Es así, nos enteramos de lo que pasa gracias a la televisión, la radio, la Internet o los periódicos.

Sin embargo, si nos fijamos detenidamente en los contenidos de estos medios, podemos observar un gran contenido, sobretodo en televisión, de hechos de violencia (asaltos, robos) y otros tipos de contenido sensacionalistas que son capaces de generar ciertos miedos, temores o alarmismo en la sociedad, la cual como una consecuencia lógica, intenta autoprotgerse. Este tipo de violencia y la forma sensacionalista en que se muestra por los diferentes medios de comunicación es uno de los intereses específicos de la presente investigación.

Esta autoprotección, las distintas formas en que las personas se apropian del miedo, y las convierten en manifestaciones de su comportamiento cotidiano, son parte de lo que aquí llamaremos “cultura del miedo”.

El afán por aclarar este proceso ha llevado a la realización de esta investigación, con la cual se pretende aportar desde la antropología a un tema, que a mi parecer, ha sido tomado poco en cuenta.

Es una necesidad de la sociedad en su conjunto, saber de qué forma y quienes son los que están influenciando sus vidas y qué comportamientos son producto de esa influencia.

Tomando en cuenta esa necesidad, un trabajo como este es de gran relevancia para la sociedad civil que en este último tiempo ha demostrado su gran capacidad para manifestarse a favor de un país más justo, en particular de la mano del movimiento estudiantil gestado en este último tiempo.

La investigación pretende aportar al conocimiento en el ámbito de la antropología sociocultural, por medio de un estudio cualitativo realizado entre las comunas de Valdivia, que es el principal centro urbano y capital de la Región de Los Ríos, y Los Lagos, centro urbano menor y principalmente con población en áreas rurales, comunas seleccionadas además por la cercanía de quien investiga, por su nivel de percepción de la delincuencia, dónde, según la VIII Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (ENUSC) 28,5% de los hogares cree que será víctima de un delito en los próximos 12 meses en contraste con 19,8% que sí fue víctima en los últimos 12 meses (la mayoría hurtos) y que también muestra que a nivel regional la delincuencia es el segundo problema más importante del país siendo el primero la pobreza en contraste con el nivel

país en que la delincuencia queda en tercer lugar luego de pobreza y educación (Ministerio del Interior y Seguridad Pública, ENUSC, 2011). Los Ríos al año 2005 era la tercera región con más pobreza en Chile (antecedida por la Araucanía y BíoBío), sin embargo, 91,8% de los hogares poseía 1 o más aparatos de televisión a color (INE, 2005) porcentaje que ha ido en aumento. También en Valdivia a pesar de que el porcentaje de hogares que tienen televisión pagada es de 60% el promedio de horas que ven la televisión abierta (2:18) es mayor que el promedio en que ven la televisión pagada (1:54) lo que muestra la preferencia por sintonizar mayormente la señal abierta de TV (CNTV, 2011).

A modo de interés personal de este investigador, los procesos de control social, la vida urbana, y la antropología de nuestra sociedad contemporánea son motivaciones para brindar aportes a las ciencias sociales y aportes a la sociedad en la que vivimos, queriendo contribuir a ese interés por mejorarlas.

Como parte de esta sociedad, este investigador, puede percatarse de que la gran influencia para dicho comportamiento está en los medios de comunicación, sobre todo y particularmente en la televisión, uno de los medios más influyentes en la actualidad. Esto se refiere a que la televisión, con sus diferentes contenidos, y siendo emblema de ellos, los noticieros de las nueve, ha logrado instaurar en la sociedad chilena una sensación de temor, de miedo que tiene formas bien definidas y que derivan finalmente en las conductas que anteriormente fueron mencionadas.

Este trabajo también tiene como justificación, aportar al pensamiento crítico sobre el orden social establecido, y pretende ser un pequeño aporte para la concientización sobre uno de tantos problemas sociales que aquejan a nuestra sociedad, orientándose primordialmente a los jóvenes, en cuyas manos se haya el destino de nuestra sociedad.

HIPÓTESIS DE TRABAJO

Hipótesis de trabajo A: Los procesos por los cuales los medios de comunicación intervienen en la sociedad, en la dimensión cultural referente al temor y al miedo, son principalmente:

- 1) La sobreexposición de sucesos violentos y delictuales;
- 2) El desvío del foco de atención de temas e informaciones relevantes para la sociedad, hacia temas superficiales, de fácil digestión, de alto impacto visual y de gran convencimiento;
- 3) La estigmatización de personas, grupos y lugares generalmente jóvenes hombres de clase trabajadora de poblaciones pobres lo que lleva a la destrucción de su imagen;
- 4) El efecto diferenciado que genera en la audiencias por clase social, generación y género;
- 5) La omnipresencia de los medios de comunicación poseyendo el monopolio de la cobertura informativa cuya propiedad se concentra en un grupo pequeño de personas pertenecientes a la élite de la clase empresarial y;
- 6) La diversificación de los medios cuya finalidad es crear la sensación de que estos son independientes uno de otros y no ligados entre sí, logrando así una falsa pluralidad.

Hipótesis de trabajo B: Lo anterior favorece a una sociedad chilena dividida e individualizada y genera un ambiente de inseguridad y miedo en el que nadie puede confiar en nadie, en el que se puede ser víctima en cualquier momento, donde priman los valores del yo antes que los demás y la autoprotección.

Hipótesis general: Los procesos por los cuales los medios de comunicación hacen su influencia sobre la sociedad, sobre su dimensión cultural concerniente al temor y al miedo, contribuyen a que la sociedad se divida y se individualice cada vez más, lo que genera un ambiente de inseguridad, en el que nadie puede confiar en nadie y en el que se puede ser víctima en cualquier momento. A ello denominamos cultura del miedo.

OBJETIVOS

General:

Identificar los procesos en los que la televisión, y los medios de comunicación masivos en general, a través de distintos factores de influencia y control, intervienen contribuyendo a la generación de una cultura del miedo en la sociedad chilena actual, en los sectores urbanos de Valdivia y Los Lagos en el período comprendido entre octubre de 2011 y enero de 2012

Específicos:

Describir los efectos culturales que tiene la sobreexposición de sucesos violentos y delictuales en su recepción diferenciada en las audiencias de acuerdo a clase social, generación y género.

Dilucidar por medio de una metodología cualitativa, y mediante la técnica de la entrevista, la contribución de la transmisión cultural televisiva y de otros medios a generar una cultura del miedo mediante seis procesos mediáticos anteriormente propuestos¹.

Establecer la relación entre la sobreexposición de violencia, el desvío de atención, la estigmatización de grupos y lugares, la omnipresencia y la diversificación mediáticas; y la cultura del miedo manifestada según clase social, generación y género de las audiencias.

Caracterizar según indicadores de opiniones y comportamientos, expresados en estigmatización de personas, grupos y lugares; desconocimiento de temas relevantes, individualización, autoprotección, entre otros, la cultura del miedo presente en la sociedad chilena.

¹ 1) La sobreexposición de violencia, 2) el desvío de atención, 3) la estigmatización de grupos y lugares, 4) el efecto en diversas audiencias, 5) la omnipresencia y 6) la diversificación mediáticas.

MARCO TEÓRICO

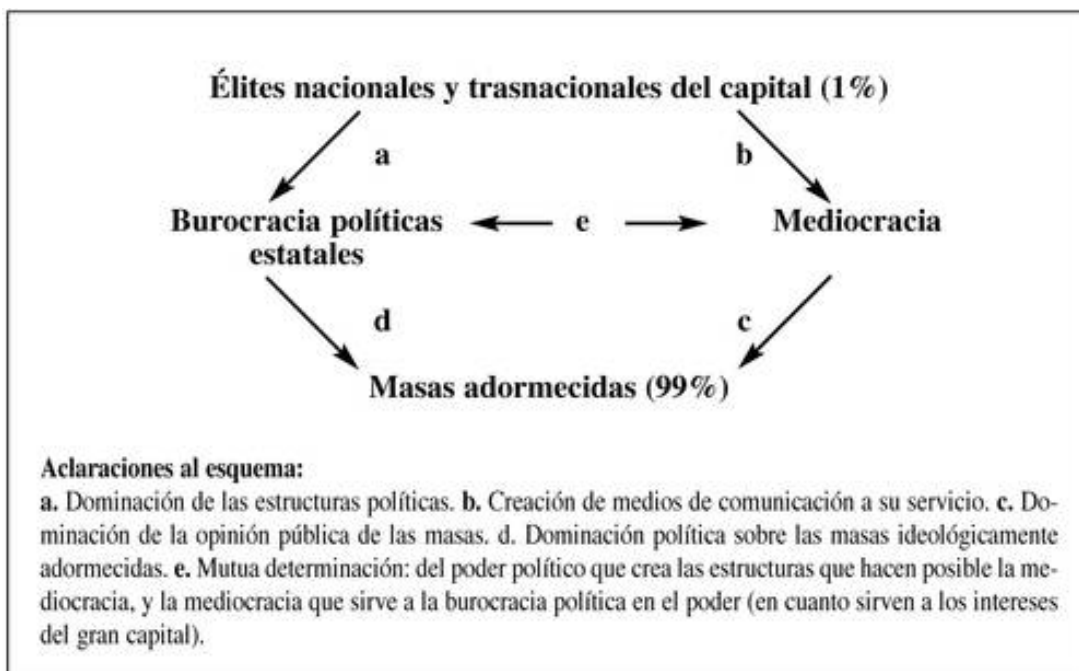
El miedo como parte de la configuración de la cultura chilena es una consecuencia importante de lo que sucede hoy en la actualidad con los medios de comunicación y por sobre todo como se dispone el mundo actual.

Hoy el mundo globalizado está bajo el poder de las élites transnacionales del capital y cada país bajo las élites nacionales de la clase empresarial. Es este grupo de pocas personas (hoy llamadas el 1%) quienes poseen, dominan y controlan los aparatos políticos (Estados, gobiernos), la economía mundial (los medios de producción) y los medios de comunicación, tres brazos del poder cuya finalidad es perpetuar y sostener un sistema en el que ellos y sólo ellos se benefician del trabajo y la deuda de las personas, de los recursos del planeta que pertenecen a todos, y del miedo del resto de la población (el 99%).

Esta situación a nivel mundial, se replica de la misma forma a nivel nacional aquí en Chile y Latinoamérica.

En Chile, así como en todo el mundo, para las élites de poder político y económico es necesario mantener su posición como dueños y señores del país, ser propietarios de los medios de producción, ser controladores del aparato político y ser propietarios de los medios de comunicación. Los objetivos de estas tres ramas del poder son obtener gran ganancia económica y riqueza; controlar las leyes y la política para legitimar la ganancia y posesión de la riqueza; y controlar las masas sociales para incentivar el consumo y evitar la sublevación de éstas en su contra.

Figura 1: Nueva dictadura mundial y nacional.



Fuente: Dussell, 2012

Este último proceso de control es en el que se centra el trabajo presente. En definitiva, está enfocado en la influencia que ejercen las elites de poder, a través de su instrumento los medios de comunicación y de cómo, logran adormecer a la gran masa social del país tal como lo expone Dussell en el cuadro anterior e inculcándoles el miedo como parte de sus vidas. El término “mediocracia” hace referencia al poder de los medios de comunicación, a su omnipresencia y al monopolio del que son propiedad (Dussell, 2012).

El miedo generado por los medios de comunicación se entiende entonces como la sustancia, el contenido del recipiente mediático, que es vertido en la sociedad chilena la cual lo apropia y lo hace parte de la cotidianidad de sus vidas. Pero entiéndase también que el miedo es dirigido, es decir, que a pesar de que el miedo es generalizado, este se percibe y recibe de diferentes y específicas formas dependiendo de la posición de cada persona, de las audiencias en la sociedad, posiciones que están definidas por la clase social, la generación y el género, y la transversalidad de las tres. En ese sentido el miedo de un empresario varón joven no es el mismo miedo que el de una anciana trabajadora.

El principal contenido de los medios para esparcir el miedo es la delincuencia. Sucesos como robos, asaltos y violaciones son constantemente los primeros en ser publicados en las

agendas noticiosas, gracias a la Agenda-Setting, sistema que ordena jerárquicamente los contenidos informativos haciendo más importantes estos sucesos delictivos.

Los contenidos que se muestran en televisión y los demás medios de comunicación tienen gran llegada al público gracias a que el consumo en Chile de televisión y otros medios es muy alta y la diversidad de ellos es muy poca, o sea, que los espectadores ven muchas informaciones repetidas y desde un solo punto de vista, sin tener la posibilidad de ponerlos en tela de juicio o comparar con otros puntos de vista de otros medios de comunicación.

El miedo se hace cotidiano, consecuencia del bombardeo informativo, lo cual se va configurando como parte importante de la cultura de las urbes chilenas, lo que se traduce finalmente en conductas, sentimientos, pensamientos, opiniones y actitudes frente al miedo: la inseguridad y desconfianza ante otros, la autoprotección exagerada, la división y estigmatización entre barrios, grupos de personas y lugares en la ciudad, la legitimación del uso de la fuerza para la resolución de ciertos problemas, el apoyo a incrementar medidas de seguridad ciudadana, entre varios otros.

A esto le llamamos cultura del miedo, a un miedo cotidiano que viene como consecuencia del actuar de las grandes élites de poder mediante sus instrumentos mediáticos masivos y que delinea pautas sobre cómo se debe vivir esta época.

Los medios de comunicación

La sociedad actual, moderna y globalizada como la conocemos tiende a ser enormemente influenciada por fuerzas que, aunque son locales, responden a una lógica que está presente en todo el globo. Esta nueva fase de la historia, marcada por el desarrollo del capitalismo financiero, el gran desarrollo de las tecnologías de información y comunicación, la instantaneidad de los contactos no presenciales, y por sobre todo, el abandono en que el Estado ha dejado a la sociedad civil con el retroceso de sus responsabilidades como garantizador de seguridades y beneficios (especialmente en Latinoamérica) han desembocado en que cada vez la sociedad global está más conectada, más comunicada entre sí, pero sin embargo cada vez más individualizada, debido a que esta comunicación se produce en espacios virtuales, espacios donde los seres humanos no tienen contacto físico con otros. Características principales de ésta era: la modernidad tardía.

Las nuevas formas de comunicación que son propias de la modernidad implican que los individuos deban separarse físicamente de los demás. Implica la segregación de las comunidades

en sus componentes más básicos que son las personas y el retraimiento hacia lo doméstico, quitando a los espacios públicos, donde se supone que se reúne una comunidad para comunicarse y tratar los asuntos de importancia, el protagonismo que tenían como lugares de encuentro. Existe una atomización social.

Toda esta situación, generada por la pérdida de solidez de las estructuras sociales tradicionales que el desarrollo del modernismo ha acarreado provee de una atmósfera en la cual los individuos se encuentran más aislados y más vulnerables para enfrentar las situaciones de miedo y el miedo mismo. Lo que Bauman llama la fluidificación de las estructuras, nos lleva a vivir en una modernidad líquida (Ordóñez, 2006).

Desde los medios de comunicación, y sobretodo de la televisión, la influencia es obvia. El televisor es visto en casa. No es necesario acudir a conversar con los vecinos para enterarse de lo que sucede en la localidad, el país o el mundo. El televisor ha logrado que las personas estén cada vez más separadas. No se necesita el contacto con otros para debatir asuntos, pues todo viene dado por la tele, listo para servir.

La globalización en su capacidad homogeneizadora, como proceso característico de la modernidad tardía, lleva su influencia a todas partes, pero en todas partes esa influencia es apropiada de diversas formas, las cuales están en cierta medida determinadas por la propia cultura local. La difusión de las situaciones de riesgo se vale de este mecanismo para inundar el mundo a través de los medios de comunicación.

Nos encontramos viviendo en una época en que la incertidumbre es la madre de todos los miedos actuales. Incertidumbre porque las relaciones económicas, políticas y culturales crecen a una rapidez sin precedentes lo que ha traído efectos indeseados, tales como el aumento del alarmismo público por hechos de violencia y terror los que ahora trascienden a nivel planetario.

Para Ulrich Beck, autor quien ha acuñado el concepto de *sociedad del riesgo*, “el proceso de modernización conduce a una situación en la que la probabilidad de trastornos y de desastres es mayor y no menor que antes, debido a los factores de riesgo que se crean a medida que la complejidad de los entramados institucionales aumenta, y a medida que la ciencia y la tecnología introducen nuevos implementos y procedimientos cuyos efectos son difíciles de prever tanto como de controlar” (Ordóñez, 2006, p. 95).

Claro está que últimamente las situaciones de riesgo han aumentado a nivel mundial, sin embargo, lo que ha aumentado más todavía es el miedo hacia esas mismas situaciones y la clave de este aumento es el sistema comunicacional global capaz de difundir estas situaciones a todos los rincones del mundo. Esto nos lleva a suponer entonces que la relación entre situaciones

riesgosas y el miedo a ellas no es directamente proporcional. Mientras que las situaciones de riesgos son cuantificables en el sentido de que sabemos cuantas pueden haber, el miedo originado de éstas puede llegar sin dificultades a un nivel excedido (Ordóñez, 2006).

Lo que obtenemos entonces es una situación en la que los riesgos efectivamente son reales, sin embargo, la sensación del miedo es global, es totalizante y extremadamente desproporcionada lo que sin lugar a dudas tiene repercusión en la sociedad. Una sociedad que mantiene las desigualdades pero que cuyo marco de modernidad ha ido cambiando, la distribución de las formas de combatir las situaciones de riesgo se encuentran en manos de unos pocos. Los grupos sociales menos favorecidos somos la gran mayoría, “las nuevas elites disfrutan de una movilidad que les permite evadir tanto las fuentes locales de temor como los marcos institucionales rígidos; las mayorías pobres, en cambio, están atadas a su lugar de nacimiento y a las problemáticas sociales que hacen que sus vidas sean difíciles y oscuras. La única solidaridad que prospera es la del miedo. Pero como el miedo por definición no puede constituir la base para una genuina cohesión social, lo que impera es un estado de atomización social en el que cada quien sólo puede confiar en su propia habilidad para eludir el peligro” (Ordóñez, 2006: p. 97).

Leonardo Ordóñez², sugiere que el planteamiento de Beck es de mucha utilidad para dar una explicación a la globalización de los riesgos pero no alcanza a ser una explicación para dar cuenta de una globalización del miedo, pues este no surge particularmente de los conflictos y situaciones de desigualdad actuales, ni de su naturaleza. Los miedos también dependen de una construcción social y sólo en parte dependen de los riesgos en sí. “Así como nuestra percepción de una situación depende tanto de la situación misma como del estado de nuestra sensibilidad, el modo en que una comunidad o un grupo perciben una amenaza juega un papel decisivo en la interpretación de su peligrosidad (...) La atmósfera de temor que reina en la sociedad global se ha emancipado de los factores de riesgo y de la situación social explosiva en un sentido importante (...) La globalización del miedo, en especial el derivado de las acciones de los grupos terroristas, se basa en gran medida en la interconexión global entre sociedades y culturas distintas a través de un vasto sistema de medios de comunicación masiva” (Ordóñez, 2006 p. 97).

El mundo actual está dominado por el régimen de las pantallas. Ya desde la década del 70 el mundo era advertido por el gran poder que poseía la televisión. Como muestra la película *Network* del año 1976, en Estados Unidos 3 compañías de televisora (CBS, NBC y ABC) se disputaban la audiencia de cerca de 100 millones de espectadores y para ello debían transmitir

² Filósofo y magíster en filosofía. Docente e investigador en la Escuela de Ciencias Humanas, Universidad del Rosario en Colombia.

programas en los cuales se mostraban sucesos de violencia, o como lo hacía el protagonista, un programa que causara la sensación en la audiencia emitiendo discursos sobre la vida monótona de los ciudadanos norteamericanos. En definitiva había que vender algo. Un producto.

Hoy en día, en siglo XXI, es indudable el poder que tienen las pantallas y esto se debe a su gran presencia alrededor del globo terráqueo.

Un análisis que realiza Romano, muestra la estrecha relación que existe entre los medios de comunicación y el poder. Esto porque “La expansión de la industria de los medios tiene por objetivo alcanzar de la forma más rápida posible, a través de los espacios más amplios posibles, al mayor número posible de gente” (Romano, 2009 p. 2). Esto es poder. El poder de los medios, como sigue Romano, radica en que mucha gente dedica de su valioso biotiempo a ver televisión, por ejemplo, de forma voluntaria. Es decir, la televisión tiene la capacidad de reunir en torno a su mensaje a mucha gente y durante mucho tiempo. Esto es biopoder, concepto trabajado por Hardt y Negri en su libro “Imperio” (2002), el cual apunta a que el poder ejercido en la sociedad actual, es decir en la *sociedad de control*, se hace por medio de mecanismos de dominio que son aceptados por todos, a diferencia de la *sociedad disciplinaria*, en términos foucaultianos, en que la dominación y el poder se ejercían mediante instituciones como la cárcel, el hospital psiquiátrico o la fábrica. “El poder se ejerce ahora a través de maquinarias que organizan directamente los cerebros (en los sistemas de comunicación, las redes de información, etcétera) y los cuerpos (en los sistemas de asistencia social, las actividades controladas, etcétera) con el propósito de llevarlos a un estado autónomo de alienación, de enajenación del sentido de la vida y del deseo de creatividad” (Hardt y Negri, 2000 p.36).

Según la página Web de estadísticas mundiales NationMaster.com hasta el año 2003 existían en el mundo cerca de 1500 millones de aparatos de televisión, concentrándose las mayores cantidades de ellos en China con 400 millones de unidades y en Estados Unidos con 219 millones de unidades. En este mismo ranking, Chile se ubica en el puesto N° 47 con 3 millones 150 mil aparatos (NationMaster, 2003). Haciendo un ejercicio rápido, es fácil deducir que en ese año había aproximadamente 1 televisor por cada 4 personas en nuestro país. Actualmente en Chile hay 16 millones de aparatos de televisión, distribuidos en el 98% de los hogares (El Mercurio, 7 de noviembre de 2011), lo que significa que existe casi 1 televisor por persona. Brian David Johnson, uno de los profesionales con mayor visión de futuro sobre los medios de comunicación, investigador, artista y director de la Future Casting & Experience Research de Intel, asegura que para el año 2015 habrán en el mundo más aparatos de televisión que personas, él calcula unos 15 mil millones.

Con esta enorme cantidad de aparatos de televisión transmitiendo día tras día, los 365 días del año y con presencia mundial total es indudable que tiene una gran influencia en nuestras vidas cotidianas.

Pero ¿de qué forma precisamente nos está influenciando la televisión? Para Bauman “el verdadero impacto que tiene la televisión sobre nuestra forma de actuar y de pensar debería buscarse en esta presencia masiva, ubicua e indiscreta de las imágenes transmitidas por TV” (2004 p.195).

Los medios de comunicación más tradicionales, tales como la prensa escrita por ejemplo, no alcanzaron tanto impacto al nivel que lo hizo la televisión debido a la forma del mensaje entregado. La escritura en el caso del primero y las imágenes en el último.

La imagen tiene un poder mayor de totalizar un mensaje que la escritura. La imagen es un todo. No se puede desglosar y tomar cada parte por separado y analizarla inmediatamente como la escritura (Pross, 1983).

En palabras de Romano: “La técnica de comunicación, acelerada a través de las grandes distancias para grandes cantidades de receptores dispersos, conduce a la simplificación de los signos en imágenes y abreviaturas lingüísticas. De este modo se reducen las posibilidades de descifrarlas, al tiempo que sobrecargan con nuevas abreviaturas la percepción y exceden la capacidad de la memoria” (2009 p.4).

Esto hace referencia a la condensación de información y símbolos que contiene una imagen. De ahí el dicho popular *una imagen vale más que mil palabras*. “En el lenguaje, la metáfora, como imagen lingüística, reduce el discurso. La imagen lingüística puede facilitar la comprensión, pero no contribuye a la explicación, ya que la expresión gráfica introduce otro modo de representación. Se “ve” lo que quiere decir “la nave del Estado”, pero esta imagen no dice nada acerca del Estado, sino que representa al oyente a una representación (gráfica) del Estado” (Romano, 2009 p.4).

De esta forma es como las imágenes al ser condensadas, en tanto más cortas y estereotipadas, la comunicación tendrá un mayor componente de *violencia simbólica*, en la noción de Pierre Bourdieu, y los medios un mayor poder, mientras tanto menor será el significado que adquirirá el sujeto que recibe la información para sí (Romano, 2009).

La *violencia simbólica*, concepto que fue establecido por el sociólogo francés Pierre Bourdieu, hace referencia a una forma de violencia indirecta, es decir no física, en las relaciones entre dominador(es) y dominado(s), en las cuales ciertos aparatos ideológicos de poder, tales como la escuela y los medios de comunicación, reproducen los esquemas asimétricos de poder en

la sociedad, como los roles sociales, posiciones de género, entre otros, y contando con la complicidad de los agentes sociales dominados, aunque reconozcan o desconozcan este ejercicio. La reproducción social entonces resulta de aplicar “a las estructuras objetivas del mundo social, estructuras de percepción y de apreciación salidas de esas mismas estructuras y que tienden a representar el mundo como evidente” (Bourdieu 1989c *cit. en* Bourdieu y Wacquant 1992 p.241, *nota al pie de la página*).

La propiedad de los medios

En Chile los medios de comunicación están bajo la lógica del mercado, es decir, que funcionan como empresas, “por lo que los patrones de expansión son muy centralizados y determinados por los intereses del propietario, para quien el medio de comunicación no es más que parte del proceso productivo” (Jiménez y Muñoz, 2007 p.49).

Los medios de comunicación en Chile son controlados en su gran mayoría por un oligopolio, el cual está de algún modo coludido para beneficiarse de igual forma, intercambiar y transmitir los mismos mensajes y así obtener beneficios económicos y políticos.

“Para Carlos del Valle (2006), en Chile los medios de comunicación se caracterizan por un fuerte componente centralizador a nivel político, económico y territorial asociado a un fuerte componente ideológico que los hace concentradores de poder. La peculiaridad del caso chileno es que estos procesos económicos de concentración van acompañados de un mercado ‘monopolio ideológico’ y la presencia de grupos extranjeros que se mueven en la lógica de la ‘industria de la entretención’, van copando los espacios comunicativos y relegando a los márgenes la diversidad cultura y política” (Jiménez y Muñoz, 2007 p.52).

Las radios en Chile responden a la lógica de centralización en el sentido de que desde la Región Metropolitana se expanden hacia el resto del país dominando las audiencias. “En el aspecto territorial, la mayor parte de los medios pertenecen a reducidos grupos de carácter oligopólicos que, desde la capital del país (Santiago) controlan el mercado de la prensa, la radio y la televisión” (Jiménez y Muñoz, 2007 p.53). La prensa en Chile es un espacio que está diversificado, es decir hay varios diarios, pero que es extraordinariamente totalitario y esto brinda una sensación de aparente libertad. “Ejemplo de esta concentración es que en Chile seis de los siete diarios de circulación nacional pertenecen a dos grupos económicos: Grupo Edwards (El Mercurio, La Segunda y Las Últimas Noticias) y el Grupo Saieh o COPESA (La Tercera, La

Cuarta y Diario Siete), salvo La Nación que es de propiedad pública” (Jiménez y Muñoz, 2007 p.53).

Con la presencia de varios medios se logra una sensación de pluralismo, libertad de expresión que en realidad no es tal. “Bajo el manto de una supuesta libertad de expresión, los pocos que realmente disfrutan de ella, es decir, los pocos que disponen de los medios para expresarla, intentan moldear sistemáticamente las conciencias de millones de personas, los condenan a la minoría de edad intelectual, los educan para ser dóciles, para soportar sin críticas, el sistema de dominio y explotación vigente, y para considerar como propios los ideales falsos de este sistema. Las actuaciones y conductas resultantes se presentan como “libres”, autodeterminadas, cuando en realidad son inducidas, heterodeterminadas” (Romano, 2009 p.5).

En el artículo de Jiménez y Muñoz se presenta un análisis de 230 medios de comunicación, entre radio, televisión, diarios, revistas y otros relacionados, con presencia nacional y regional en Chile, en los cuales se encontraron “fuertes grupos económicos chilenos y extranjeros, muchos ligados entre sí, que atraviesan transversalmente casi todos los soportes comunicativos, dando cuenta de un sector económico altamente cohesionado y concentrado. Incluso algunos grupos económicos (...) tienen altas participaciones de mercado debido a la presencia de varios y distintos tipos de medios de comunicación. Por otra parte, y como una constante, aparecen el Grupo Edwards y COPESA (...), como líderes indiscutidos en el mercado de los medios de comunicación en Chile” (Jiménez y Muñoz, 2007 p.53).

Tabla 1: Propiedad de los medios de comunicación en Chile.

| Grupo Económico | Presencia (sector) | Mayor Participación |
|------------------------------------|---|--|
| Grupo Edwards (Mercurio) | Diarios (nacional y regional), Revistas, Radio, Editorial, Imprenta, Internet | En el sector de los medios impresos, Diarios de circulación nacional y regional. |
| Grupo Saiah (COPESA) | Diarios, Revistas, Radio, Distribuidora de revistas, Internet, Editorial, Imprenta. | En el sector de los medios impresos, Diarios de circulación nacional y revistas. |
| Grupo Claro | Tv abierta y cable, Diarios, Revistas, Editorial | Fuerte presencia y participación en el sector de tv y medios impresos. |
| Grupo Televisa (México) | Revistas y Distribuidora de Revistas | La mayor empresa editorial de revistas y distribución de revistas en Chile. |
| Grupo Cisneros (Venezuela) | Radio, Tv cable, Internet | En el sector de la radio, con 0 radioemisoras que transmiten a nivel nacional |
| Estado | Tv, Diarios, Revistas, Distribuidora de Revistas, Imprenta | En el sector de la tv, Tvn líder de la tv abierta y en el sector de los medios impresos: La Nación |
| Grupo Prisa (España) | Radio | En el sector de la radio, con 4 radioemisoras que transmiten a nivel nacional. |
| Universidad Católica de Chile (UC) | Tv abierta y cable, Radio, Revistas | La tv abierta es fuerte, incursionando hoy en Radio y los medios impresos |
| Holanda Comunicaciones | Revistas, Editorial | Líder nacional en la publicación de revistas |
| Grupo Mosciatti | Radio y Tv abierta | Empresa dueña de radio BioBío y Canal Regional |
| Grupo Perfil (Argentina) | Revistas | Empresa que ha entrado fuertemente con publicaciones de contenido nacional. |

Fuente: Jiménez y Muñoz, 2007 p. 54

La tabla 1 se muestran los conglomerados dueños de los medios en Chile. “Podemos ver que de los primeros grupos económicos, tres son conglomerados chilenos (Grupo Edwards, COPESA y el Grupo Claro) y dos conglomerados extranjeros (Grupo Televisa y Grupo Cisneros). De los chilenos, los dos primeros duopolizan el sector de la prensa escrita y revistas nacionales, quedando el grupo Claro con importante participación de mercado en varios sectores” (Jiménez y Muñoz, 2007 p.54).

La posesión de los medios de comunicación por cantidad de medios y grupo económico propietarios está distribuida de la siguiente forma:

Tabla 2: Cantidad de medios de comunicación por grupo económico.

| Cantidad Medios | Grupo Económico |
|-----------------|--|
| 41 | Grupo Edwards |
| 21 | Grupo Saieh (COPESA) |
| 21 | Grupo Televisa |
| 10 | Grupo Cisneros |
| 9 | Estado |
| 8 | Holanda Comunicaciones |
| 7 | Grupo Claro |
| 6 | Editorial Perfil |
| 5 | Editorial Ediba |
| 4 | Pontificia Universidad Católica de Chile |
| 4 | Grupo PRISA |

Fuente: Jiménez y Muñoz, 2007 p.55

Y la cantidad de empresas de comunicación y los grupos económicos que son sus propietarios se distribuyen de esta forma:

Tabla 3: Cantidad de empresas por grupo económico.

| Cantidad Empresas | Grupo Económico |
|-------------------|--|
| 20 | Grupo Edwards |
| 10 | Grupo Saieh (COPESA) |
| 5 | Grupo Claro |
| 5 | Estado |
| 4 | Pontificia Universidad Católica de Chile |
| 3 | Grupo Bezanilla |
| 3 | Grupo Cisneros |
| 3 | Grupo Mosciatti |
| 2 | Grupo Televisa |
| 2 | Holanda Comunicaciones |

Fuente: Jiménez y Muñoz, 2007 p. 55

Ahondando aún más en la estructura de propiedad de los medios de comunicación, Michel Collon en 1995 agrega un nuevo elemento al análisis, proponiendo que todos los hechos anteriormente a su publicación “pasan por cuatro filtros fundamentales: los propietarios (teniendo en cuenta que cuando los medios se convierten en una industria, la búsqueda del beneficio es su máxima); la publicidad (...el auténtico comprador-consumidor de los medios no es el lector, el televidente o el oyente, sino el anunciante, ya que es éste quien contribuye a financiar el medio); la alianza con el poder (entre el ochenta y noventa por ciento de las fuentes de las que se extraen las informaciones están ligadas al gobierno, la administración o al mundo de los negocios); y la

ideología dominante (que influye claramente, como a muchos otros ciudadanos, a los periodistas haciéndoles actuar de acuerdo al orden establecido)” (Espinar *et al*, 2006 p.102).

Así es como se puede dar cuenta de que en Chile los medios de comunicación masivos le pertenecen a la clase empresarial y que obviamente están implicados en comunicar lo que apoye a sus intereses y con la finalidad de mantener el orden establecido.

La elite de poder de esta forma cubre toda la sociedad con sus ideas, sus nociones de la vida cotidiana, influyendo de forma casi total. “Los más deben someter su imagen del mundo, su comprensión de las cosas, sus hábitos de pensamiento, sus sentimientos, sus gustos, en suma, su forma de vida, a los intereses de los menos. La manipulación significa la deformación espiritual del pueblo, privarlo de sus facultades y actividades creadoras. A través de ellas se menoscaba sistemáticamente la subjetividad del individuo, esto es, su personalidad. (...) El receptor y consumidor de los mensajes y productos no participa en la planificación, la dirección, las decisiones ni la gestión de esta producción. No se trata, como decía McLuhan, de que el medio sea el mensaje, sino de que todos los medios transmiten el mismo mensaje, y hasta la misma foto” (Romano, 2009 p.5).

El consumo de televisión

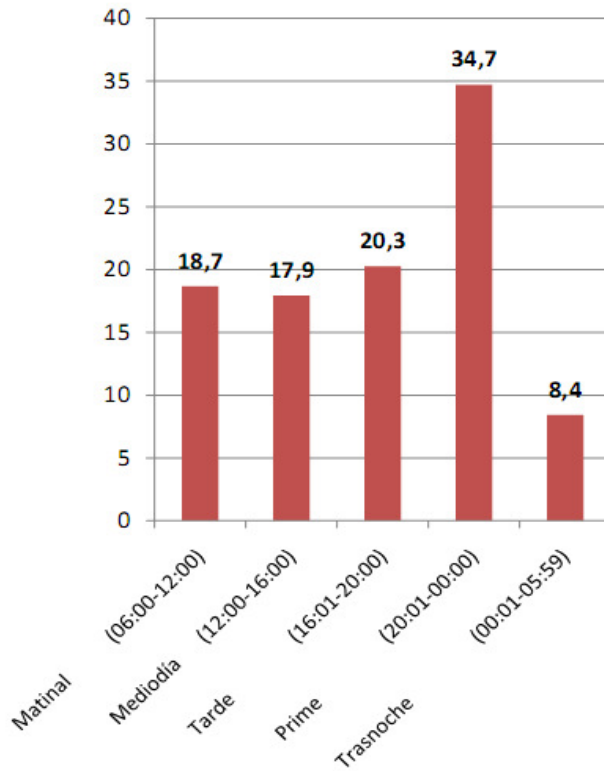
La televisión, por medio de su oferta audiovisual nos enseña y muestra una realidad, el mundo que está ahí afuera y que nosotros solo mirando a través de nuestras pantallas logramos asimilar. Y vaya que sí miramos tele.

El Consejo Nacional de Televisión (CNTV, 2010) estima el consumo de televisión promedio de cada chileno en 944 horas anuales, lo que significa que el consumo promedio de una persona es de 2 horas y media al día. El 90% del consumo total de televisión lo concentran los cuatro grandes canales de televisión: TVN, Mega, Chilevisión y Canal 13.

Otro dato interesante, también proporcionado por el Consejo Nacional de Televisión es el horario en que se registró el mayor consumo anual del 2010 y que muestra la figura 2.

Figura 2: Consumo de Programación por Franja Horaria (en porcentajes)

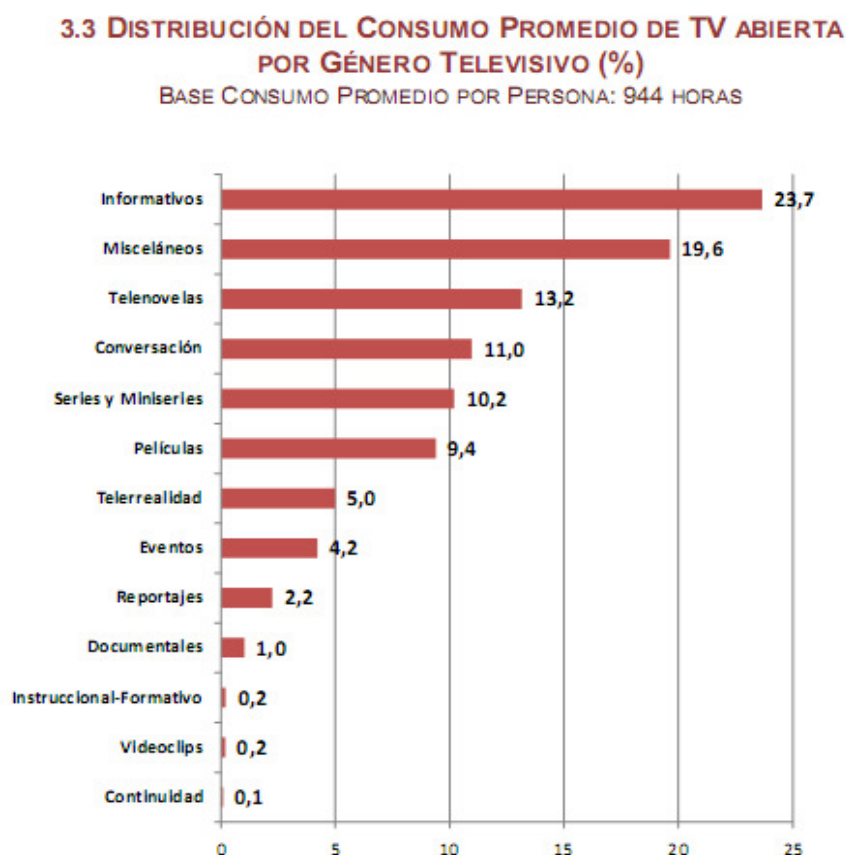
CONSUMO DE PROGRAMACIÓN / FRANJA HORARIA (%)
BASE CONSUMO PROMEDIO POR PERSONA: 944 HORAS



Fuente: CNTV, 2010.

El horario que fue más visto es el comprendido entre las 20:01 y las 00:00 hrs, horario en el cual se incluyen los noticieros entre las 21:00 y las 22:30 hrs.

Figura 3: Distribución del Consumo Promedio de TV abierta por Género Televisivo (en porcentajes)



Fuente: CNTV, 2010.

Siguiendo con estos datos estadísticos sobre el consumo y la oferta de televisión, tenemos que el género de televisión más visto es el informativo.

Esto significa que cada persona consumió unas 223 horas anuales solamente de este género, lo que es equivalente al 23,7% del consumo total. “Los programas informativos se concentran en los cuatro canales de TV abierta con mayor audiencia (TVN, Mega, CHV, Canal 13)” (CNTV, 2010).

El 82,7% del total de la oferta de la televisión abierta está dirigida a público mayor de 18 años de edad. El 89,6% del consumo total anual por persona (944 horas) pertenece a mayores de 18 años, teniéndose así que “el comportamiento de la demanda general se condice con la oferta programática en relación al público objetivo al cual está destinada la programación. El consumo de TV abierta chilena se concentra en programación que no está dirigida a menores de 18 años” (CNTV, 2010 p.19).

No cabe duda entonces que la mayor influencia televisiva la tienen los cuatro grandes canales a través de sus géneros informativos. Esta influencia tiene mucho que ver con qué es lo que se nos muestra y quién nos lo muestra.

Teoría de la Agenda-Setting

La importancia de saber cómo los medios de comunicación influyen en las personas tiene que ver con cómo se presentan los contenidos y mensajes, y cómo éstos son construidos o puestos en una determinada agenda. “Una de las técnicas más desapercibidas y eficaces para conseguir este poder sobre las conciencias de los consumidores consiste en seleccionar y difundir las informaciones y conocimientos que mejor satisfacen los intereses y objetivos de los productores. Hacer objeciones a esta selección equivaldría, según los pocos que seleccionan y deciden para los muchos, un atentado a la libertad de expresión, de comercio, de creación, etc, etc (Romano, 2009 p.7).

Razón por la cual esto es necesario explicarlo de acuerdo a una teoría que rompe con la investigación funcionalista hasta los años 70, la teoría de la agenda-setting, perspectiva teórica que se inscribe en el estudio sobre los efectos mediáticos en las audiencias (*Mass Communications Research*).

La teoría agenda-setting gira en torno a la noción de que los medios de comunicación tienen un efecto de manipulación sobre las audiencias. Dentro de la historia de la investigación de los efectos de los medios en las audiencias se vuelve a tomar este concepto, manipulación que está dada por la forma en que se construye el temario o la agenda mediática. Hasta los años 70, “se había considerado el contenido y la respuesta de la audiencia como variables relativamente independientes y había prevalecido la idea de que los efectos de los medios eran limitados e indirectos. La nueva perspectiva, sin embargo, presta una mayor atención a la relación existente entre el contenido de los medios y su impacto en el público” (Espinar *et al*, 2006 p.57).

Los medios de comunicación social cubren los acontecimientos de la actualidad y jerarquizan los temas, de acuerdo a la importancia para los medios y para los ciudadanos. McCombs y Shaw lograron, a través de un estudio realizado en 1968, durante la campaña electoral presidencial, concluir que los medios establecen la agenda del público y les transferían esa jerarquización de la importancia de los temas. “De esta teoría se desprende que, al decidir de qué noticias informar y a cuales dar prioridad, los editores son capaces de controlar los temas de

conversación y de interés para la gente” (Espinar *et al*, 2006 p.57). Se considera muy difícil que los medios tengan la capacidad de dictarle a la gente cómo pensar, pero sí es posible que impongan ciertos temas dejando a otros en un segundo plano u omitiéndolos.

Posteriormente, en 1995, McCombs y Evatt fueron más lejos en esta teoría. “Lo que estos autores plantean es que los medios no sólo consiguen transferir la prioridad que otorgan a los temas, sino que también consiguen transferir la prioridad que otorgan a las características o atributos de esos temas. De modo que la agenda-setting es un proceso que afecta tanto a los temas sobre los que pensamos como a la forma en que pensamos sobre ellos” (Espinar *et al*. 2006 p.58). La construcción jerarquizada de la agenda pone en el tapete, y finalmente como representación de una realidad la cual está enfocada solo en los temas que le conviene al poder incluyendo los aspectos de ellos.

Todo lo anterior hace referencia a la relación íntima entre los medios de comunicación de masas y el poder. “Cuando la información está en manos de los pocos, éstos pueden utilizarla para el dominio de los muchos, hurtándoles así el conocimiento de la realidad social y sus posibilidades de modificación. Por eso se dice que la información es poder” (Romano, 2009 p.1-2).

En las sociedades actuales los poderes han variado bastante con respecto a la división de los poderes que hizo Montesquieu. A pesar de su vigencia formal (poderes ejecutivo, legislativo y judicial), es preferible hablar de poder económico, poder político, poder mediático y sociedad civil. (Espinar *et al*, 2006).

El poder en la actualidad actúa de forma conjunta para alcanzar sus objetivos, y están subordinados unos a otros. “Habitualmente son los poderes económicos y políticos, dadas sus características, quienes tienen mayor capacidad de influencia y control sobre el resto de las esferas de poder, aunque habría que distinguir situaciones, puesto que el poder político se ha revelado como un fiel servidor del poder económico en gran número de ocasiones. Sólo en aquellas sociedades en las que se da una planificación económica centralizada (...), el poder político juega un papel protagonista en el control de los medios de comunicación y sobre la sociedad civil” (Espinar *et al*, 2006 p.101). La idea de todo esto es tener el control sobre el “rebaño desconcertado”, en palabras de Lippman y Lasswell, es decir a la población en general de tal forma de impedir que sea esta quien tome las decisiones de la sociedad (Espinar *et al*, 2006).

En las sociedades el modelo imperante es el de las democracias representativas, con fuerte base en un orden vertical, “al hablar de participación ciudadana se debe tener en cuenta que los

medios de comunicación, lejos de favorecerla, están realizando una importante labor de desmovilización social” (Espinar *et al*, 2006 p.114-115).

Los medios de comunicación controlan las audiencias con la agenda programática que es reflejo fiel de los intereses de propietarios y todo el aparato ideológico capitalista impregnado en cada integrante de los medios. Los contenidos son cada vez más desmovilizadores y banales, derivando principalmente a una industria de entretenimiento, incluyendo lo que debiera ser información (sobretudo en televisión y radio). “Por eso, algunos periodistas como, Carl Bernstein, del *Washington Post*, dicen que en los medios se está produciendo un alejamiento progresivo del periodismo real, a la vez que se produce un peligroso acercamiento a una cultura del ‘infotainment’, híbrida de información y entretenimiento, donde lo banal es lo importante y destacado, mientras que lo importante es banalizado u omitido” (Maza, en Espinar *et al*, 2006 p.115).

Solamente con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como lo es Internet, se han abierto nuevas posibilidades de contrarrestar el poder de los medios tradicionales y otorgar a los ciudadanos comunes y corrientes la posibilidad de organizarse para tomar las decisiones que de verdad importan en la vida cotidiana de las comunidades.

La delincuencia

El fenómeno de la delincuencia como lo conocemos hoy día, es una de las grandes preocupaciones y aspectos de la vida urbana, y por lo tanto el miedo que éste genera se manifiesta en actitudes y estrategias culturales en la ciudad para enfrentar principalmente esta amenaza, como ya hemos visto.

Basándonos en la explicación que Moulián ofrece a este fenómeno de control social en los gobiernos de la concertación, la delincuencia se establece como una estrategia que les viene “de perillas” a los nuevos gobiernos democráticos. Ante el advenimiento de estos gobiernos débiles (comparados con la dictadura militar, donde la coerción física era pan de cada día) de la concertación era necesario presentar un discurso apocalíptico del futuro, un discurso que legitime el uso de la fuerza policial, un discurso que fuera capaz de generar en la sociedad una sensación cada vez más creciente de aplicar la fuerza estatal para combatir las anomalías delictuales. Como lo dice Moulián, basado en el texto de Fuentes, “El dispositivo de denuncia orquestada de la delincuencia recrudescida, que intentaba que los chilenos echáramos de menos el gobierno fuerte

de Pinochet, libre de esa lacra, funcionó con eficacia en la visibilización del problema. El tema de la delincuencia se ubicó en el primer lugar de las preocupaciones ciudadanas en las encuestas de opinión pública y en la agenda televisiva (Fuentes, en Moulián 2002 p.132).

Es importante en este punto hacer referencia a la construcción del Otro, el sujeto distinto al estereotipo hegemónico implantado por la TV. “La figura del Otro representa aquello que no puede reconocerse o admitirse dentro de la cultura que lo engendra (...). El Otro encarna el mal o el caos, la codicia o la indolencia excesivas, el horror y la monstruosidad, lo nefario y lo destructivo” (Nichols, 1997 p.261). Como antiguamente abundaban los relatos de “otros”, el salvaje, el indio de tierras lejanas, entre otros, hoy ese otro se encuentra dentro de nuestras sociedades, es identificable pero se mueve dentro de márgenes sociales en los que nosotros también nos movemos, por eso el pánico y el miedo a este otro, porque no está localizado, está difuso, escondido en nuestra ciudad. Se crea un “otro” para “mantener la coherencia de la identidad (...) implica la represión de los desviados” (Reguillo, 2002 p.74) de esta forma entonces para reafirmar o unificar una identidad, debe existir la figura de un “Otro” amenazante, desviado de la cultura de un “nosotros”.

Los medios y su relación con las audiencias

Hay que partir señalando que la televisión, así como los demás medios, no son determinantes exclusivos de la cultura del miedo en la actualidad, así como también que los medios de comunicación establecen diversas relaciones con las diferentes audiencias existentes.

Frente al cuestionamiento sobre las variables que intervienen en la configuración de la cultura del miedo en Chile cabe señalar que varios son los componentes culturales que han ido condicionando la vida social y política así como las subjetividades colectivas e individuales de las audiencias.

Lo que tenemos aquí es una tensión entre las culturas locales y las dinámicas de las estructuras globales como en este caso del capitalismo a través de los medios de comunicación. Una tensión donde se opone lo tradicional a lo moderno, lo local a lo global.

“Las culturas locales más arraigadas atraviesan cambios que afectan a los modos de experimentar la pertenencia al territorio y las formas de vivir la identidad. Se trata de los mismos movimientos que desplazan las antiguas fronteras entre lo tradicional y lo moderno, lo popular y lo masivo, lo local y lo global. En la actualidad, esos cambios y movimientos resultan cruciales

para comprender cómo sobreviven, se deshacen y recrean las comunidades tradicionales, nacionales y urbanas” (Martín Barbero, 2003 p.33).

Pareciera ser que en este proceso en que las diversas audiencias, con sus diversas formas identitarias y culturales, se relacionan con los medios de comunicación masivos, lo lógico debiera ser que la dinámicas y mecanismos del capitalismo que operan mediante esos medios acaben por socavar o, en última instancia, absorber por completo esas culturas que reciben los contenidos mediáticos, sin embargo, lo que ocurre es más bien una hibridación de las culturas locales con las lógicas culturales estructurales. Nos encontramos ante un escenario de cambios y de persistencias que nunca antes había existido en la historia de la humanidad, porque estas tensiones que se originan, parten en las transmisiones culturales que ya no son cara a cara sino que están mediatizadas.

Claramente “la globalización no puede entenderse solo a nivel de la economía y es un fenómeno mucho más complejo que también cubre una multiplicidad de otras dimensiones sociales y culturales. Pero esto no significa que sea un fenómeno enteramente autónomo que deba entenderse como la causa determinante de todo lo que ocurre hoy día” (Larraín, 2005 p.113).

La propuesta de Jesús Martín-Barbero es decidora en este sentido puesto que critica ciertas posturas de izquierda que consideraban que las clases dominantes (burguesía y élite burocrática) a través de instituciones como los medios de comunicación de masas, escuelas, prisiones y hospitales psiquiátricos, imponen patrones y referentes culturales para mantener su dominio sobre otros grupos sociales; la principal deficiencia de esta visión, -según Martín-Barbero- es que los grupos o clases subalternos son reducidos a meros públicos incapaces de ofrecer resistencia frente al dominio de esas clases dominantes.

Néstor García Canclini por su parte define la idea de ese público espectador: “Lo que se denomina público en rigor es una suma de sectores que pertenecen a estratos económicos y educativos diversos, con hábitos de consumo cultural y disponibilidad diferentes para relacionarse con los bienes ofrecidos en el mercado. Sobre todo en las sociedades complejas, donde la oferta cultural es muy heterogénea, coexisten varios estilos de recepción y comprensión, formados en relaciones dispares con bienes procedentes de tradiciones cultas, populares y masivas. Esta heterogeneidad se acentúa en las sociedades latinoamericanas por la convivencia de temporalidades históricas distintas” (García Canclini, 1990 p.142). Es clarificador García Canclini al señalar que las audiencias presentan diferentes características culturales por lo que se entiende que su recepción, o su expectación frente a los medios son diferenciadas, o sea que no existe una reacción homogénea frente a los medios.

Aunque los medios obviamente son influyentes, los públicos espectadores llevan una carga cultural anterior que se combina con las proposiciones mediáticas. “Los países latinoamericanos son actualmente resultado de la sedimentación, yuxtaposición, y entrecruzamiento de tradiciones indígenas (sobretudo en las áreas mesoamericana y andina), del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas. Pese a los intentos de dar a la cultura de élite un perfil moderno, recluyendo lo indígena y lo colonial en sectores populares, un mestizaje interclasista ha generado formaciones híbridas en todos los estratos sociales (García Canclini, 1990 p.71).

El éxito de los medios de comunicación dependió de la capacidad que tuvieron de articulación de las matrices culturales de distintos grupos, comunidades, clases y estratos, en la cotidianidad; una vinculación con el pasado de la gente. Sobre esto también hay un claro ejemplo referido al cine mexicano de entre los años cuarentas y cincuentas, el cine mexicano “es el centro de gravedad de la nueva cultura porque ‘el público mexicano y el latinoamericano no resintieron al cine como fenómeno específico artístico e industrial. La razón generativa del éxito fue estructural, vital; en el cine este público vio la posibilidad de experimentar, de adoptar nuevos hábitos y de ver reiterados (y dramatizados con las voces que le gustaría tener y oír) códigos de costumbres. No se accedió al cine a soñar: se fue a aprender. A través de los estilos de los artistas o de los géneros de moda el público se fue reconociendo y transformando, se apaciguó, se resignó y se encumbró secretamente” (Monsiváis *cit. en* Martín-Barbero, 1987 p.180).

En Chile esto no fue excepción. Los estratos populares de esa época se identificaron mucho con el cine mexicano, por ejemplo con las historias que trataban de la vida en el campo, en las haciendas, en los ranchos y que justamente por esas características tuvo aceptación en el público chileno y sobre todo en el sur, donde las condiciones de vida de las audiencias estaba muy ligada al campo. Posteriormente a eso, y a medida en que la vida cotidiana popular se fue acercando a las grandes ciudades, el cine mexicano también mostró pautas sobre la vida incipiente en lo urbano. Es el caso de las películas de Cantinflas, en que se representaba siempre a un hombre de origen humilde, generalmente de estratos populares o proveniente del campo, y en el que el público se veía representado, tanto en el personaje mismo como en la escenificación que mostraba algo familiar para ellos mismos; el contexto del barrio o del campo y que siempre dejaba un mensaje de justicia y honradez.

Asociadamente a las películas mexicanas de rancheras y de Cantinflas, también vino una influencia que perdura hasta nuestros días en las audiencias de pueblos y campos del sur de Chile, esta es la música ranchera. Justamente este tipo de música penetró fuertemente en la identidad de

los sectores populares porque, al igual que las películas, relataban historias desde la cotidianidad; historias del borracho que llega a casa tarde, historias sobre caballos y ganado, sobre enredos amorosos, sobre peleas en bares de los poblados, sobre diferencias entre ricos y pobres, sobre madres e hijos pródigos, entre otros. Con este tipo de música la radio se ha posicionado como uno de los principales medios de comunicación en las zonas rurales y pueblos pequeños del sur de Chile.

En estos procesos en que los públicos comienzan a reconocerse en los medios, en que se muestra sus propias vivencias, es donde nace lo que podríamos llamar cultura chilena, “Martín-Barbero llega a decir que los proyectos nacionales se consolidaron gracias al encuentro de los Estados con las masas promovidos por las tecnologías comunicacionales (García Canclini, 1990 p.238). Pues es en lo popular, en lo constitutivo cultural de los pueblos, del campesinado, en esa identidad cotidiana donde se empieza a fijar lo “nacional”. “Al tiempo que las ciudades se llenan de una masa de gente que, al crecimiento demográfico, suma el éxodo rural, una crisis de hegemonía producida por la ausencia de una clase que como tal asuma la dirección de la sociedad, llevará a muchos Estados a buscar en las masas populares su legitimación *nacional* (Martín-Barbero, 1987 p.170-171).

Los medios de comunicación, sin embargo, con su influencia no son impositivos de una cultura diferente en su totalidad sino que toman rasgos o aspectos del sustrato que ya existe. La televisión logra que el público se identifique en ella porque muestra la cotidianidad del pueblo en su pantalla. En ese sentido, por ejemplo la televisión y la radio, o sea, “los medios electrónicos de comunicación muestran notable continuidad con las culturas populares tradicionales en tanto ambos son teatralizaciones imaginarias de lo social (...) La idealización romántica de los cuentos de hadas se parece demasiado a las telenovelas, la fascinación ante los relatos terroríficos no es lejana de la que proponen las crónicas policiales (y ya se sabe que los diarios y programas de televisión de este género son las de mayor resonancia popular). Las estructuras del melodrama, el humor negro, la construcción de héroes y antihéroes, los acontecimientos que no copian sino que transgreden el ‘orden natural’ de las cosas, son otras tantas coincidencias que hacen de la llamada cultura masiva la gran competidora del folclor” (García Canclini, 1990 p.240). Es en este momento cuando lo netamente popular, lo que era particularmente parte de lo pueblerino, de lo campesino, junto con la migración campo-ciudad, se transforma en masivo, porque esa masa tiene su origen en esa migración y su destino en la urbanidad marginal, caracterizada por la pobreza y la relegación al espacio periférico.

Al respecto, Gabriel Salazar es explícito en referirse a la cultura nacional como procedente de lo popular (y no de lo sofisticado de las clases acomodadas), “la verdadera cultura –nacional- es la que está al calor del desarrollo de la pobreza, o de liberación, etc. No es lo mismo cantar una cueca en una chingana del siglo XIX, donde llegaban los rotos a encontrar el calor del grupo femenino, de una mujer que los recibía cariñosamente y bailaban la cueca como momento de descanso, de liberación, de identidad, que Los Quincheros cantando una cueca en París, con un ponchito chico ridículo que no sirve para nada” (Salazar, 2010 p.73).

Es a raíz de esta cultura popular, ahora ya masiva, la que se desarrolla en las ciudades, que se produce una segregación entre lo urbano y lo urbano marginal, entre barrios ricos y pobres, céntricos y periféricos. La cultura de los bandidos y conventilleros de principios de 1900, de los callamperos de los años 30 y 40, de los pobladores de hoy y de los trabajadores precaristas del día de hoy se constituyen al margen desarrollando redes sociales y forman parte constituyente de la cultura popular de hoy en día (Salazar, 2010).

Particularmente es en este momento de la historia de Chile en el que comienza a gestarse un miedo en la sociedad actual, el miedo que va dirigido hacia esas clases populares y marginales las que hacen frente al sistema de ciudad, al concepto burgués de orden establecido. “El Estado portaliano manejó muy bien el orden a nivel de su propia clase, pero hacia la clase popular fracasó rotundamente. Por eso tuvieron que crear el Cuerpo de Carabineros en 1927, que demoró diez años en controlar el bandolerismo y la delincuencia popular” (Salazar, 2010 p.77). La gran lucha de las clases populares es constituirse como seres humanos en donde la cultura (oficial), la economía no llegan dice Salazar. El miedo nace allí donde, desde una visión del Estado u oficial, se concibe al personaje de esas poblaciones marginales como una entidad del desorden y el caos. “Y esta gente que está al margen es casi por necesidad, obligatoriamente, de forma autónoma, por eso es que desafían al sistema como lo hacen. Hoy deberíamos estudiar en profundidad lo que es el ‘flaite’ y lo que es el ‘choro’. Podemos reírnos de ellos, podemos perseguirlos, llamarlos como dicen los periodistas: ‘los antisociales’, ‘los subversivos’. Pero si lo estudiamos por dentro como sujetos que son, que tienen que autoconstruirse, estos son personajes extraordinariamente humanos, cultos en su lógica, y están desarrollando modelos sociales, procesos de liberación local, culturas emancipatorias que son mucho más atractivas para los cabros chicos que la cultura del aula” (Salazar, 2010 p.78).

En la actualidad, esta construcción histórica de lo marginal, es constitutivo del miedo y está fuertemente impulsada por el proceso de globalización. El vínculo existente entre cultura y territorio se va rompiendo con la globalización dando paso a nuevos espacios culturales

electrónicos o virtuales carentes de una geografía. “El surgimiento de conglomerados internacionales de comunicaciones, que monopolizan la producción de noticias, series de televisión y películas es un aspecto relevante de este quiebre” (Larraín, 2005 p.115). Estos conglomerados mantienen esa visión de orden propia de la clase burguesa y oficial desde el Estado, por lo que transmiten esa noción de caos que radica en lo marginal, propiciando en ambiente para el incremento de la segregación en las ciudades.

Todo esto forma parte de los orígenes de las tensiones en la comunidad chilena. Es donde debido a varias crisis, siendo principalmente una de ellas la dictadura militar de 1973 a 1990, la sociedad chilena se impregna de temores y resentimientos hacia otros resquebrajando las relaciones sociales y la posibilidad de la integración.

A pesar de que la dictadura resquebrajó las relaciones sociales entre chilenos, fue antes de 1973 cuando empiezan este tipo de conflictos. Para algunos comienza con la elección de Salvador Allende en 1970 y otros en la década de los sesentas, con el gobierno de Eduardo Frei Montalva en el que se produjo “una vasta y dura conflagración que enfrentaba a trabajadores y campesinos, de una parte, e industriales y propietarios agrícolas, de la otra; los primeros, organizados en sus sindicatos, y los segundos, en sus gremios” (Tironi *cit. en* Larraín, 2005 p.165). La reforma agraria pone en riesgo la propiedad privada de los sectores del agro, sin embargo, en el gobierno de Frei mantiene su legitimidad jurídica. Es en el gobierno de Allende donde “la percepción de amenaza cambia cualitativamente de nivel cuando las propiedades simplemente se ‘toman’ de hecho, como sucedió con muchas empresas agrícolas, industriales y comerciales durante la Unidad Popular” (Larraín, 2005 p.165). Esas fueron las tensiones sociales, las cuales tuvieron su estallido en la dictadura, la que incrementó la división entre chilenos, haciendo surgir dudas “que tienen que ver con la capacidad de los chilenos para seguir considerándose miembros de la misma comunidad imaginada” (Larraín, 2005 p.166).

Durante la dictadura, “la adopción de fuertes políticas neoliberales en la economía y el surgimiento de una nueva burguesía empresarial ayudada por el régimen militar (a través de la privatización de los servicios y empresas del Estado) promovieron la nueva versión empresarial de la identidad chilena” (Larraín, 2005 p.167) la que es actualmente hegemónica. En esta nueva versión de concebir “lo chileno”, destacan los valores propios del mercado; el consumo, el empuje, el emprendimiento, la ganancia, la propiedad privada, por lo que se entiende que quien atente contra esos valores, atenta también con la forma de ser chileno.

En consecuencia, tenemos que a lo largo de la configuración de los principales rasgos culturales de la sociedad chilena, ha existido un gran cambio “desde una sociedad donde los

temores, aunque existían, no eran tan generalizados ni omnipresentes a una sociedad donde se ha entronizado e introyectado el miedo que se manifiesta en una variedad de situaciones, algunas sectoriales, otras más globales” (Larraín, 2005 p.171). Uno de esos miedos, entre los varios a los que hace referencia Larraín, se encuentra “el miedo a la delincuencia, que no siempre obedece a un deterioro real de las condiciones de seguridad en la vida de la gente o a un aumento real de la criminalidad” (2005 p.178) derivándose de ello que obedece al tratamiento que los medios hacen de ese miedo.

Claramente estos miedos, son recibidos de diversas formas en los diferentes espacios sociales.

El miedo

Todos alguna vez en nuestras vidas hemos sentido miedo. Es una sensación que acompaña a los animales y al ser humano desde su nacimiento, es una característica natural de las criaturas vivientes. Y a lo largo de la historia el ser humano ha luchado contra el miedo, contra los elementos que lo generan, que van cambiando de época en época. Pero ¿por qué sentimos miedo? ¿Qué cosas nos provocan miedo? ¿Existe una cultura del miedo? ¿Qué es la cultura del miedo? Son interrogantes que a lo largo de esta parte se van a ir analizando.

El miedo, como lo define Jimeno, “es la percepción de un peligro interno o externo, real, supuesto o anticipado. Es una señal de alarma que predispone a la huida, a la defensa o al ataque” (Jimeno, en Salcedo 1996 p. 108). Es entonces una respuesta ante una situación de inseguridad y riesgo.

El miedo como sensación, “libera un tipo de energía que tiende a constituir una defensa frente a la amenaza percibida. Todo esto: supondría que el miedo en las personas es una reacción “natural”, espontánea, prerreflexiva. Lo que implicaría aceptar que el organismo humano está dotado de alarmas que le permiten reaccionar “espontáneamente” ante una amenaza” (Reguillo, 2000 p.2). Sin embargo el miedo como una sensación física y aunque provenga de un origen biológico es también moldeado social y culturalmente.

El miedo en primera instancia es una cuestión individual, psicológica, porque este se produce a nivel mental en el individuo, es una respuesta que surge frente a la sensación de que “estoy en peligro”, luego esta reacción mental lleva a la persona a una manifestación en su

conducta, se materializa el miedo y surgen comportamientos que van desde la huída hasta la agresión, pasando por los diferentes métodos de protección.

Los orígenes del miedo son diversos, desde los más básicos hasta los más complejos, desde los instintivos hasta los miedos creados. Y es en estos últimos en que se enfocó este trabajo.

Los seres humanos, además del miedo instintivo, propio de su naturaleza animal (miedo al dolor físico, a la muerte) tienen conocimiento de otro tipo de temores, y estos son productos de la sociedad y la cultura en que se halla inserto, “un miedo -por así decirlo- “reciclado” social y culturalmente o (como lo denominó Hugues Lagrange en su estudio fundamental sobre el miedo) un “miedo derivativo” que orienta su conducta (tras haber reformado su percepción del mundo y las expectativas que guían su elección de comportamientos) tanto si hay una amenaza inmediatamente presente como si no” (Bauman, 2008 p. 11).

Este miedo derivativo es el producto de experiencias pasadas frente al peligro, a esa situación de inseguridad y también de la experiencia, que han tenido otros, interiorizada y que fue previamente transmitida. Se forma entonces una especie de experiencia colectiva, el conocimiento compartido y extendido de las situaciones de inseguridad y vulnerabilidad, una construcción social de los miedos y por consiguiente se crean unas formas culturales de enfrentarlos. “Una persona que haya interiorizado semejante visión de mundo, en que se incluyen la inseguridad y la vulnerabilidad, recurrirá de forma rutinaria (incluso en ausencia de una amenaza auténtica) a respuestas propias de un encuentro cara a cara con el peligro; el “miedo derivativo” adquiere así su capacidad autopropulsora” (Bauman, 2008 p. 12). De este modo, el comportamiento se acomoda, las formas de enfrentar los miedos se trivializan y ritualizan, se vuelven pan de cada día, como consecuencia también de la trivialización de las situaciones que generan miedo.

Ahora bien, Bauman hace una clasificación de los miedos: “Los peligros que se temen (y, por tanto, también los miedos derivados que aquéllos despiertan) pueden ser de tres clases. Los hay que amenazan el cuerpo y las propiedades de la persona. Otros tienen una naturaleza más general y amenazan la duración y fiabilidad del orden social del que depende la seguridad del medio de vida (la renta, el empleo) o la supervivencia (en caso de invalidez o de vejez). Y luego están aquellos peligros que amenazan el lugar de la persona en el mundo: su posición en la jerarquía social, su identidad (de clase, de género, étnica, religiosa) y, en líneas generales, su inmunidad a la degradación y exclusión sociales” (2008 p. 12).

Sea cual sea el miedo experimentado o al que nos vemos enfrentados, el más terrible es el primero de la clasificación de Bauman, porque las amenazas a nuestra integridad física, a nuestro espacio íntimo de un modo violento pone en peligro nuestra propia vida dejándonos severas consecuencias. Este miedo se siente en todas partes; en la calle y en la supuesta seguridad de nuestro hogar, tanto en espacio público como espacio privado. Pero ¿por qué tenemos miedo? Es aquí donde nos centraremos en un miedo en particular, muy de moda en estos días, nos referimos al miedo que es transmitido y difundido por los medios de comunicación y su expresión en el comportamiento social y cultural.

Configuración social del miedo como dispositivo cultural

Dentro de las muchas cosas de las que nos informan los medios, y sobre todo la televisión, encontramos una infinidad de sucesos violentos, tales como homicidios, asaltos, violaciones, robos y accidentes, entre otros que también pueden provocar temor (pero que no evocan a un “otro” sino a situaciones desastrosas naturales como terremotos, erupciones, tsunamis, etc). Esta realidad noticiosa presentada al espectador, esta visión homogeneizante del mundo en el que vive, mantiene al sujeto en un estado de alerta y de constante temor, porque la víctima del próximo suceso podría ser él. “En el imaginario los homicidios ocurren en toda la ciudad, no en esta o aquella parte de la ciudad y por lo tanto cualquiera puede ser una potencial víctima” (Briceño-León, 2005 p.4). Estamos ante la presencia de una invasión de violencia y alarmismo en los medios masivos que es constante y cotidiana, un bombardeo de información que va modificando la percepción del espacio y de las relaciones sociales.

Los miedos y los temores de la gente común y corriente, están influidos de modo sustancial por los contenidos que los medios les muestran. Los medios están encargados, entre otras cosas, de informar a la población y su deber es ser un espejo de la realidad, sin embargo están lejos de ser eso.

Es importante destacar que los miedos son un poderoso motor para la acción política, es una herramienta de la cual si se tiene el control, se puede gobernar o dominar casi a quien sea. Lechner hace referencia a lo anterior: “Los miedos son una motivación poderosa de la actividad humana y, en particular, de la acción política. De manera aguda o subcutánea, ellos condicionan nuestras preferencias y conductas tanto o más que nuestros anhelos” (2002 p.43).

Desde un análisis de clases, esta incidencia en la composición sociocultural de nuestra sociedad responde a la lógica de un modelo económico y político en que los medios de comunicación de masas, representan y reproducen los intereses de la elite de poder, que obviamente son los intereses de los grandes consorcios económicos capitalistas, y los intereses políticos del Estado chileno, en su afán de mantener el control social de las masas y el orden establecido. Lo que se busca con este aparataje ideológico es mantener sumisas y reducir al mínimo la capacidad de crítica hacia el sistema político económico imperante, el capitalismo neoliberal. La fuerza se ejerce a través del control social, definido este como “la estrategia tendiente a neutralizar y normalizar un determinado orden social construido por las fuerzas sociales dominantes” (Pegoraro, 2001 p. 353), en este caso el Estado y la burguesía empresarial.

El miedo a la delincuencia, social y culturalmente compartido, responde a una lógica de protección ante el caos en que se percibe que está la sociedad, o a la que ésta se dirige. Existe una “*apropiación autoritaria de los miedos*” (Reguillo, 2000 p.4) en términos de Lechner, quien hace referencia a la dimensión política del miedo. Existe un temor generalizado en la población a la desestructuración de la sociedad, al caos, al cambio radical de las cosas establecidas (miedo al cambio, acostumbramiento), miedo al otro representante de todos los males (asaltante, homicida, delincuente, terrorista, subversivo), situación de la que los medios y los grupos hegemónicos sacan ventaja, apropiándose de ese miedo para transformarlo en legitimación (y aceptación) por parte de la población para la instalación de medidas autoritarias, representado en mayor fuerza policial en las calles, mayor rigor en las leyes penales, mayor restricción y prohibiciones, y el odio y estigmatización de chivos expiatorios tales como la figura del delincuente, asaltante, y otros. Este otro se construye “a imagen y semejanza del miedo” (Reguillo, 2000 p. 7). Este miedo en particular es creado y forjado de forma intencional por ciertos aparatos ideológicos de poder, con la finalidad de controlar la sociedad, teniendo como consecuencia ciertas prácticas y comportamientos de la población que son convenientes para los que están al mando en estos aparatos ideológicos.

Para Lechner, basándose en los resultados del Informe de Desarrollo Humano en Chile de 1998, distingue tres tipos de miedo; “el miedo al Otro, que suele ser visto como un potencial agresor; el miedo a la exclusión económica y social; el miedo al sinsentido a raíz de un proceso social que parece estar fuera de control” (2002 p.44).

Si bien para controlar la sociedad se necesita crear un miedo, basándose en un *otro* estereotipado, este ha ido cambiando de acuerdo a las distintas etapas por las que ha pasado el país. Es así como en la actualidad “los miedos de la gente tienen una expresión sobresaliente: el

miedo al delincuente. La delincuencia es percibida como la principal amenaza que gatilla el sentimiento de inseguridad. Sin ignorar las altas tasas de delitos en todas las urbes latinoamericanas, llama la atención que la percepción de violencia urbana es muy superior a la criminalidad existente. Por ende, no parece correcto reducir la seguridad pública a un “problema policial”. Probablemente la imagen del delincuente omnipresente y omnipotente sea una metáfora de otras agresiones difíciles de asir. El miedo al delincuente parece cristalizar un miedo generalizado al otro” (Lechner, 2002 p.44).

Es necesario, para el poder, mantener este miedo, que sea constante, que pueda sentirse en todos los rincones, que nadie esté libre de él. “Los miedos son fuerzas peligrosas (...). Pueden inducir al sometimiento. Los miedos son presa fácil de la manipulación. Hay ‘campañas del miedo’ que buscan instrumentalizar y apropiarse de los temores para disciplinar y censurar” (Lechner, 2002 p.45-46). El miedo es utilizado para mantener el orden. Es un producto, junto con la seguridad, social. En una época en que vivimos en un mundo líquido (Bauman, 2004, 2008, 2010), que parece elástico y cuya noción de orden parece no tener alcance para todos, no proteger ni acoger a todos, un evento cualquiera puede transformarse en amenaza vital. “La fragilidad del orden tiene que ver con un estilo de modernización que no echa raíces en la subjetividad de la gente” (Lechner, 2002 p.46).

La modernidad en la cual existen cada vez más conexiones interpersonales, en la que se incrementan las posibilidades del contacto, no crea necesariamente lazos sociales. Es esta forma de la modernidad la que está debilitando la noción de un “nosotros” y se torna frágil y susceptible de los otros. No existe, o se está rompiendo, ese “nosotros” como comunidad, como un entero, gracias a los procesos de la globalización: la individualización producida por el avance en las tecnologías de comunicación, la atomización social, la mercantilización, van carcomiendo las identidades colectivas. Cuanto más frágil se torna el “nosotros” más miedo tenemos a los “otros” (Lechner, 2002).

Cuando las personas en la actualidad nos enfrentamos a la amenaza de la delincuencia (sea esta amenaza real o imaginaria) ese actuar, está moldeado por estos aparatos ideológicos de poder, es decir, somos parte de un control social para que adquiramos ciertas conductas, que puedan estar dentro de lo normal. Para seguir en la línea cultural de los grupos dominantes.

La forma en que culturalmente nos enfrentamos a la amenaza de la delincuencia está constituida por varias conductas adquiridas por los sujetos: “Una de las reacciones más comunes para manejar estas situaciones de vulnerabilidad en el ámbito público de la calle es el “miedo”, que no se refiere únicamente a una reacción de inhibición sino también a una destreza cultural en

la que se aprende a monitorear el entorno para identificar y manejar las representaciones culturales del peligro” (Salcedo, 1996 p. 100). Adquirimos entonces actitudes ante la delincuencia y ante lo que nos parece peligroso.

Las personas al caminar por los lugares en que transitan diariamente, les dan significados, es decir, se les otorga un sentido. Tenemos un conocimiento sobre ellos que proviene de la experiencia. “Cuando los lugares se conocen bien y son muy frecuentados, varios de sus aspectos comienzan a ser valorados ya sea a través de una opinión respecto al sitio ya sea a través de la dimensión afectiva, es decir, de “la especificación de una preferencia” (Estébanez cit. en Salcedo, 1996 p. 101). Esto es lo que nos indica cuales lugares son seguros para transitar y en cuales se puede ser víctima de alguna amenaza. Los lugares están cargados de sentido; las calles de la ciudad, los barrios, nuestros hogares, entre otros. En palabras de Marc Augé, los habitantes de las ciudades tratamos de “constituir un lugar”, es decir, cargarlo de sentido, conocerlo y ocuparlo de manera singular y exclusiva. Es así el caso de los “lugares identificadorios” que le brindan a las personas la posibilidad de tener una familiaridad mínima con el territorio, de notar los cambios ocurridos en el transcurso del tiempo y de reconocer las personas del sector como vecinos” (Augé cit. en Salcedo, 1996 p. 102). Y por otra parte “existen áreas de la ciudad que se visitan ocasionalmente y otras que jamás se frecuentan pero de las cuales se construye un mapa mental a partir de la información indirecta y por lo tanto apoyada en estereotipos o prejuicios” (Estébanez cit. en Salcedo, 1996 p. 102).

Las personas de esta forma están interiorizando y se construyen ciertos mapas referenciales de la inseguridad en la ciudad, se estigmatizan sectores muchas veces sin tener la información adecuada de la realidad de este. “Pasar por esta calle es más seguro que pasar por esa otra” o “este barrio es complicado de noche” son opiniones y conductas que se llevan a cabo al elaborarnos un mapa mental de la inseguridad urbana.

Pero ¿cómo las personas logran tener conocimiento de estos lugares sin haberlos nunca visitado? Es aquí donde entra el importante rol de la comunicación.

El miedo que se siente en algunas ciudades es muy similar a otras que comparten los medios de comunicación, sin embargo, las causas reales de esos miedos no se corresponden. “Por eso en países o ciudades con condiciones reales de violencia muy distintos, pueden tener un sentimiento de inseguridad muy similar. Un estudio de los años ochenta en Venezuela mostró que las personas de una ciudad bastante segura como Mérida, mostraba una sensación de inseguridad que se expresaba en porcentajes similares a los encontrados en una ciudad, en este caso sí muy violenta, como Caracas. Algo similar se encontró en Seattle, en el noroeste de EEUU, y

Vancouver al oeste de Canadá. En ambos casos las ciudades compartían los medios de comunicación y las informaciones y se creaba una ilusión de realidad similar, a pesar de tener condiciones de riesgo y violencia muy distintas” (Briceño-León, 2005 p.3).

Es a raíz de componentes reales (los acontecimientos violentos existen concretamente) e imaginarios (no hay acontecimientos violentos en todas partes pero sí se cree eso) como el miedo se construye socialmente, siendo finalmente una “construcción simbólica individual y social” (Briceño-León, 2005 p.5). “La representación de miedo es social por un lado porque es colectiva, es decir, surge entre los individuos y tiene al final como destino los propios individuos, pero no se corresponde con uno o con otro, sino que es común a una sociedad o a un grupo social determinado (...). Y, de manera más relevante, es social porque es producto de la interacción de distintos actores, es decir, no la crea ni la vive un solo actor, sino una multiplicidad de actores que en sus intercambios de informaciones preñadas de prejuicios y deformaciones, crean un resultado, una noción, que guía el comportamiento de los individuos” (*Ídem*). Y también es cultural, porque esos actores que interactúan creando la representación del miedo, insertos en sus condiciones sociales, económicas y políticas, le dan cierta forma específica, y que apunta a la violencia en la ciudad, a quien ejerce la violencia en las calles: al delincuente.

En este proceso de representación del miedo, en el que juegan lo imaginario y lo real, lo individual y social, Briceño-León distingue dos procesos que tienen injerencia en la creación de esta construcción: la victimización y la victimización vicaria, esta última recepcionada de tres formas: el relato personal, el rumor y la noticia pública (2005 p.5-7).

La *victimización* se refiere al miedo construido de forma inmediata cuando se es víctima de un acto violento o una amenaza en lo concreto. Se basa en la experiencia del individuo y por lo tanto puede ser una experiencia traumática y provocar ciertos daños psicológicos que pueden llevar a conductas de pánico e inhibición. La victimización puede entenderse como ser agredido directa y corporalmente, o bien indirectamente, o sea, cuando se es testigo de un hecho de violencia sobre un tercero. Briceño-León enfatiza que a pesar de las dramáticas cifras de violencia en Latinoamérica “el número de personas que es víctima directa o indirecta es muy pequeña en relación al conjunto de la sociedad. La mayoría de las personas vivimos la violencia como un relato contado por otras personas” (*Op. cit.*, p.6).

La *victimización vicaria* incluye la violencia de la cual no se es víctima directa ni indirecta, pero que es interiorizada gracias a la empatía con que actuamos cuando le ocurre a un cercano o lejano, compartiendo su dolor y rabia. Estas experiencias nos llegan gracias a tres medios. Para Briceño-León “tres tipos privilegiados de recibir las historias” (*Ídem*)

El *relato personal* se entiende como la historia que nos cuenta una persona que ha sido víctima directa o ha presenciado un hecho de violencia. “Ellos o ellas cuentan lo que sufrieron y categorizan los hechos, las personas involucradas, las circunstancias de lugar y hora y los motivos. En este caso lo real pasa por la simbolización que hacen los actores directos y la manera como ellos se autorrepresentan a sí mismos y a los demás en la historia. El conocimiento de los sucesos reales es de la mejor fuente, pero su reconstrucción tiene los sesgos de la representación que de sí mismo y del agresor, sus motivos, sentimientos, clasificación social, hacen las víctimas” (*Ídem*).

El *rumor* es la segunda manera en que los relatos son difundidos entre la población. Esta parte con la versión del segundo actor, es decir, del actor que ha escuchado este relato directamente de las víctimas contando lo que él ha oído. “Es decir, hay una nueva versión del suceso que reconstruye el segundo actor, y luego modifica un tercer actor y así sucesivamente” (*Ídem*). El rumor corre por tantas voces que finalmente va quedando “una representación social de la violencia que combina los hechos reales con las interpretaciones y simbolizaciones que hacen los actores de esos hechos y sobre las cuales se va a fundar el miedo” (*Ídem*).

El tercer mecanismo es la *noticia pública*, es decir, el relato de violencia que es difundido por los medios de comunicación social (prensa escrita, radiodifusión o televisión). La delincuencia se ha apoderado de la mayor cantidad de los medios de comunicación. En la televisión se ha convertido en el espectáculo diario de los noticieros los cuales son vistos por millones de chilenos. “Lo que hacen los periodistas es tomar los relatos de tres actores, los dos antes citados: las víctimas y los familiares o amigos a quienes las víctimas les pueden haber contado, y de los funcionarios de los organismos policiales quienes tienen además de las versiones de los dos actores anteriores, su propia observación del lugar y de informaciones provenientes de otras fuentes. Estas informaciones son procesadas por los medios, es decir por los periodistas y por los jefes de información, y se les asignan una importancia [*agenda-setting*] y un tratamiento singular de acuerdo a sus criterios profesionales, pero también en consonancia con sus propias representaciones sociales como miembros de esa sociedad” (*Op. cit.* P.7).

El miedo hacia la población ya está echado. Y las principales fuentes de este, son la figura del *otro*, alguien ajeno a nosotros, proveniente de un ‘afuera’ que puede estar cerca o lejos. El delincuente, el pobre, el indigente, entre otros. Siempre tiene que haber un culpable del caos social en que se vive (Reguillo, 1998).

La acción social se ve condicionada por esta acción política, por el poder que tienen los que controlan los medios y por lo tanto los miedos en un mundo globalizado donde “la

mundialización genera nuevos sentidos de pertenencia, donde lo local cobra una importancia clave como el espacio próximo y ‘último reducto’ frente a un caos que se percibe universal” (Reguillo, 1998 p.4).

De algún modo el miedo, controlado por los pocos, va teniendo influencia sobre la sociedad y logra configurarla de varias formas. En las ciudades por ejemplo, el espacio está distribuido y se utiliza de acuerdo a este miedo y rechazo al otro. “Conforme la pobreza avanza, se fortalece un discurso que ha terminado por convertirla en categoría de clasificación sociocultural, a la que se asignan un conjunto de atributos *a priori*, que tiene repercusiones sociopolíticas para el uso de la ciudad. Por ejemplo, crece la exclusión a través de mecanismos autoritarios y de represión policiaca; aumenta la sospecha y desconfianza como forma cotidiana de vida; disminuyen los lugares de sociabilidad y de encuentro colectivo, lo que deriva en un ‘achicamiento’ de la experiencia urbana” (Reguillo, 1998 p.11).

El espacio físico es modelado de acuerdo a un control de los miedos, lo que finalmente será constitutivo de la conducta de los individuos urbanos. Transitar por aquí o por allá y evitar otros lugares se hace costumbre, cotidiano y se va enraizando en el comportamiento de la sociedad. Es así como “el miedo se convierte en operador simbólico que a partir de ciertas creencias modifica el uso de la ciudad. Se trata de interpretaciones que dan origen a un horizonte posible de acción” (Reguillo, 1998 p. 11-12).

La cultura se transforma para dar paso a la atomización, a la separación física de los integrantes de la sociedad. Las conductas van cambiando, “la incertidumbre modela ciertas prácticas sociales especialmente visibles en las grandes ciudades, el temor a los otros obliga a refugiarse en el nosotros, el miedo a los delincuentes, que parece acechar en las calles, lleva a resguardarse en las casas y proteger estas con rejas, murallas, alarmas y guardias, fragmentando la vida social y exacerbando las distancias y desconfianza entre grupos diversos que comparten el espacio urbano. Las fronteras y desconfianzas entre un nosotros, los que están a resguardo y protegidos, y los otros, los que quedan fuera de los límites de nuestras seguridades, generan nuevas exclusiones” (Rebolledo, 2006 p.3).

Con respecto a las consecuencias que tiene el miedo, el temor y la inseguridad en la conducta de las personas, es que, y retomando a este autor, Roberto Briceño-León distingue tres procesos: “la estigmatización de grupos sociales y personas, la conducta inhibitoria y el apoyo a respuestas violentas ante la violencia” (2005 p.11-13).

La *estigmatización de grupos sociales y de lugares urbanos* ocurre desde el miedo, cuando es necesario identificar de manera simple y colectiva la amenaza. “La casuística es muy

difícil de ser procesada por los relatos y las personas, el asesino no es Fulano de Tal, sino un desempleado, un extranjero, un negro, un indio, un tuerto. Se trata de un proceso de etiquetamiento colectivo que puede expresarse en un rol, en un grupo social, en una nacionalidad o en una característica física. Lo mismo ocurre con los espacios, no fue en la calle tal, sino en una zona que puede asociarse con determinado grupo social o si una calle se repite en la noticia se le buscará un calificativo y se estigmatizará, la calle 42 de Nueva York fue por años un símbolo de ese miedo expresado en advertencia: no se debe caminar por allí y menos de noche” (*Op. cit.* P.11).

La *inhibición y pérdida de la ciudad* tiene que ver con lo anterior. Hay ciertos lugares de la ciudad que quedan estigmatizados y dejan de ser visitados o transitados. La gente se inhibe, tratando de autoprotgerse lo que finalmente lleva a la pérdida de la ciudad. “Los individuos proceden a retroceder en su movilidad y se producen efectos de encerramiento en sus propias zonas y de creación de guetos urbanos. La ciudad se segmenta y se segrega por el miedo” (*Ídem*). La inhibición de las personas puede variar de un lugar a otro de acuerdo a las percepciones subjetivas de peligro, de riesgo y de la aspiración de seguridad que tengan de la ciudad. Por ejemplo, ciudades europeas y latinoamericanas no son percibidas de igual forma por europeos y latinoamericanos. Para un latinoamericano las ciudades europeas son muy seguras y para los europeos quizás no tanto, gracias a que sus estándares de seguridad son mayores y por lo tanto valoran de distinta forma la ocurrencia de sucesos violentos (Briceño-León, *Op. cit.*)

En tercer lugar está el *apoyo a comportamientos más violentos*. Con el aumento del miedo, muchas personas intentan hacer frente a esas situaciones que lo causan y tomar medidas que pueden incrementar la violencia. En primer lugar tratan de autoprotgerse por ejemplo con armas de fuego, o bien apoyan iniciativas para que portarlas o conseguirlas sea de mayor facilidad. Todo esto provoca que existan más armas y por lo tanto mayores posibilidades de que haya sucesos violentos. En segundo lugar se produce un apoyo al endurecimiento en la aplicación de las medidas policiales. La gente exige que el tratamiento con delincuentes sea más duro, al borde de salirse de la normativa. También se exige a la autoridades que se aumente la dotación policial en la calles, contribuyendo a que la población esté más controlada y vigilada (*Op. cit.*).

Perspectiva antropológica de la relación medios-miedo

Es innegable a esta altura la relación existente entre los medios de comunicación, en su función como dispositivo de control social cuyo objetivo es perpetuar el orden social, y el miedo, dispositivo cultural que es la sustancia de ese control social.

El dispositivo cultural del miedo tiene su efectividad en la concepción que tenemos del otro, en la identidad propia y el imaginario que de ambas se crea.

En este sentido, la alteridad que se nos presenta en los medios de comunicación siguiendo a Reguillo consiste en que: “Los medios de comunicación, especialmente la televisión (...) construyen y ayudan a construir cotidianamente el relato de la otredad monstruosa, a través de diferentes géneros y estrategias narrativas: (...) los favelados o los villeros (habitantes de los cinturones de miseria de Brasil y Buenos Aires) son delincuentes a priori, amenaza constante para la gobernabilidad” (2002). Esa misma imagen del otro es la que hemos adquirido en Chile, la del *flaite*, el joven pobre proveniente de poblaciones periféricas.

El imaginario de la realidad que se transmite por televisión repercute fuertemente en la sociedad, de alguna forma mostrando el comportamiento antisocial y anómalo para dar lección y muestra de cómo no somos o no debemos ser. Siguiendo esa línea hay una identidad creada en contraposición de lo que no debemos ser. Al estar en conocimiento de quienes son los otros, de quienes son los desviados del comportamiento normal, nos tranquilizamos al saber que estamos del lado de lo correcto, en definitiva hemos hecho nuestro el miedo y hemos tomado una postura quieta frente al resto de la sociedad por temor a ser castigados o ser diferenciados como aquellos mostrados en la tele. Para reconocernos como un nosotros, necesitamos reconocer a otro distinto y diferenciado (Reguillo, 2002).

Lo que tenemos finalmente es un símbolo que representa todo lo malo de nuestra sociedad, la predisposición al delito violento, la pobreza, los rasgos físicos propios del mestizaje (el personaje moreno), la anormalidad social, pero que a su vez esconde los orígenes de eso malo y además representa el antónimo de lo que aspiramos a ser: blancos, occidentales, desarrollados, lo más parecidos a Norteamérica o Europa posible.

El miedo le da sentido a la cotidianeidad y a cómo llevamos a cabo las relaciones sociales, “consideramos, en esta línea, que el miedo viene a ser el suplemento de los dispositivos que permitían la construcción de certidumbre en las sociedades contemporáneas. Estos mecanismos que regulaban las certidumbres de la vida humana desaparecieron junto al Estado de Bienestar. Así, el miedo es ahora la herramienta a través de la cual el imaginario crea sentido y llena lo

cotidiano de los vínculos entre los sujetos de una sociedad. Por ejemplo, la *sensación de inseguridad* no es una negación de hechos delictivos en las sociedades, sino que lo que aquí planteamos es la desproporción respecto de la realidad que toman los hechos de inseguridad, sobre todo a partir de la repetición y amplificación mediática” (Amarilla, Pighin y Sibio, 2011, p.2)

Definitivamente, los medios de comunicación transmiten una imagen cultural amplificadora del otro desviado y anómalo al funcionamiento correcto del orden social y esa imagen cultural transmitida es la del delincuente, la de *el flaute*.

El estereotipo del otro que se nos muestra se enmarca en la estructura económica que se nos impone mediáticamente que es la neoliberal, donde los valores principales giran en torno a la figura de la propiedad privada y el libre mercado, ejes fundamentales del orden imperante. Esa cultura se caracteriza por el consumismo (incluso para no sentir miedo consumimos productos para nuestra seguridad), el individualismo (preferimos preocuparnos por nuestros propios asuntos porque nadie lo hará por nosotros) y el cumplimiento de las leyes que nos convierten en buenos ciudadanos.

La antropología tiene como necesidad hacer estudio sobre cómo funcionan esos dispositivos de transmisión cultural, como se transmite ese contenido cultural y cuáles son los resultados cuando ese contenido es depositado en la sociedad.

En este caso, la relación entre medios de comunicación y cultura, hemos de abordarla desde la perspectiva del “imperialismo cultural”, la cual sostiene que existe una poderosa influencia de los medios sobre la conducta de las personas, éstos como instrumentos poderosos de los estados nacionales para crear (o mantener) un orden establecido. Este imperialismo cultural se inicia en los países desarrollados y por medio del proceso de globalización se ha instalado en gran parte del mundo, también en Latinoamérica, y logra que países periféricos se coloquen en la línea económica y política del país central, imitando esa lógica en sus propios territorios.

Quizás en Estados Unidos la figura del terrorista es mucho más potente y reafirmante de una identidad que la figura del delincuente, sin embargo, en Chile la figura del delincuente cumple la misma función de establecer un orden y una lucha contra un enemigo común a la sociedad.

De esta forma es como se va creando en el mundo un alineamiento de los países tras la estela neoliberal impuesta por Norteamérica.

La cultura, las tradiciones, la forma en que hacemos determinadas cosas (y que nos identifica como chilenos), está fuertemente influenciada por la economía capitalista, en la que

todo entra en un proceso de mercantilización y en donde la propiedad privada se establece como el valor central. Bajo esas condiciones es que la cultura del miedo en Chile se encarna en el individuo que violenta, que roba, que es capaz de cualquier cosa para vulnerar ese principio de la propiedad privada. Y gracias a la noción colectiva de ese individuo que es generada y difundida día a día por los medios masivos y por el gobierno, obtenemos la figura del delincuente. La forma específica, la representación social del miedo en Chile es el *flaite*.

El miedo como productor de sentido

El miedo una vez instalado en la sociedad chilena, rápidamente comienza su función creadora de sentido. ¿Qué se quiere decir con esto? Básicamente quiere decir que existe una imposición cultural de cómo vivir en la ciudad. El miedo nos indica qué es lo malo, qué es seguro, quién es peligroso y dónde se puede estar seguro o inseguro. Nos da una pauta de cómo debemos vivir en una cultura donde el miedo es su sustancia. Esto implica una materialidad, representada por todos los artefactos, aparatos que utilizamos para no sentir miedo; implica también la forma en que vemos a nuestros vecinos y a otros habitantes de la ciudad y por lo tanto la forma en que debemos sociabilizar con ellos (o simplemente no sociabilizar) e implica por último una simbolización del espacio en la ciudad, creando una cartografía (Segura, 2009) de los lugares seguros e inseguros.

El miedo es entendido entonces como “una experiencia individualmente experimentada, socialmente construida y culturalmente compartida” (Reguillo, 2000 cit. en Segura, 2009 p.64). De este modo el miedo, se vincula con las dimensiones individual, subjetiva y social, en la que su producción es realizada de forma colectiva y estandariza las respuestas ante amenazas, peligros y riesgos (Segura, 2009). “En efecto, como sostiene Sherry Ortner, subjetividad remite tanto ‘al conjunto de modos de percepción, afecto, pensamiento, deseo, temor, etc., que animan a los sujetos actuantes’ como ‘a las formaciones culturales y sociales que modelan, organizan y generan determinadas ‘estructuras de sentimiento’”. De esta manera, la cultura como proceso simbólico (y político) es “un conjunto de formas simbólicas públicas, que expresan y a la vez configuran el significado para los actores inmersos en el flujo constante de la vida social” (Ortner, 2005 cit. en Segura, 2009 p.65).

Lo central entonces para esta investigación, es que el miedo, como configuración actual en nuestra sociedad chilena, es producto de la influencia de los medios de comunicación quienes

transmiten ese sentido cultural en sus pantallas, parlantes y páginas. La cultura del miedo por lo tanto no constituye un simple relato del miedo o la inseguridad en la sociedad actual, “sino también un modo de vivir en ella, que remite a sistemas de clasificación socialmente construidos que orientan y regulan las prácticas sociales. La construcción de tales sistemas de clasificación es un proceso conflictivo, donde participan distintos y desiguales actores sociales” (Segura, 2009 p.65).

Las clases sociales³

Utilizamos la categoría analítica de clase social como criterio en la composición de las audiencias en Chile.

Como sociedad moderna, urbana, occidental, capitalista, la sociedad chilena y sus audiencias se encuentran dividida en clases sociales, y estas clases sociales se encuentran en pugna una contra la otra, es decir, existe la lucha de clases. Hacer este reconocimiento, un reconocimiento de que la historia está característicamente basada en esta relación antagónica, es reconocer la explicación marxista (en el sentido académico para Pérez Soto, puesto que como ya es sabido, también tiene este concepto una connotación política-revolucionaria, ligada y defendible también en otros ámbitos).

El marxismo, como sabemos, nace en el siglo XIX con Karl Marx y su compañero y colaborador Friedrich Engels. El centro de esta argumentación es la violencia de unos seres humanos contra otros, de un grupo contra otros, la lucha de clases.

Tras el deterioro de la sociedad feudal no se abolió la contradicción de clases existentes sino que se sustituyó por otra forma: “Nuestra época, la época de la burguesía, se distingue sin embargo, por haber simplificado las contradicciones de clase. Toda la sociedad va dividiéndose, cada vez más, en dos grandes campos enemigos, en dos grandes clases, que se enfrentan directamente: la burguesía y el proletariado” (Muñoz, 2002 p.526). La definición de estas dos clases sociales se encuentra claramente en una nota de Engels a la edición inglesa de 1888 del Manifiesto del Partido Comunista donde se cita: “Por burguesía se comprende a la clase de los capitalistas modernos, propietarios de los medios de producción social, que emplean el trabajo asalariado. Por proletarios se comprende a la clase de los trabajadores asalariados modernos, que,

³ Basado en el seminario sobre marxismo del profesor Carlos Pérez Soto, Valparaíso. Material en audio.

privados de medios de producción propios, se ven obligados a vender su fuerza de trabajo para poder existir” (Muñoz, 2002 p.525). Estas definiciones conceptuales tienen más de un siglo de existencia y sin embargo siguen hoy en día vigentes, aun existen burgueses y aún existen proletarios, sin embargo éstos términos, al menos en la sociedad chilena, han sido reemplazados, sinonimizados en un afán de que se les baje el perfil, debido a que en Chile existe, instaurado por la dictadura militar, resquemor y miedo hacia todo lo que se relacione, provenga o tenga que ver con lo marxista o comunista. Es así como hoy en día “burguesía” o “burgués” es equivalente a empresariado, clase empresarial, empresario o emprendedor (muy utilizada últimamente) y “proletarios” o “proletariado” es igual a obrero, trabajador, clase trabajadora y “clase media” o “capas medias” siendo estas últimas para Pérez Soto una idiotización, por supuesto de la burguesía, para referirse a un proletariado que hoy en día tiene un nivel de vida más alto y que cuenta con mayor capacidad de consumo que en tiempos anteriores.

La relación burguesía-proletariado gira en torno a la posesión de los medios de producción, quienes la tienen y quienes no. Esta relación antagónica, un tira y afloja social, es transversal a toda la sociedad. El problema central y el origen de esta lucha es que “la burguesía como clase, apropia plusvalía creada por el proletariado, como clase, y legitima esa apropiación en la figura jurídica de la propiedad privada. El instrumento inmediato de esta apropiación es el contrato de trabajo asalariado, y la condición social para su habilidad es la existencia de un mercado de fuerza de trabajo” (Pérez, 2008 p.2). A esta apropiación de plusvalía la conocemos como explotación.

Las relaciones sociales de clase están condicionadas por la relación capital-trabajo. Las clases sociales son grupos que se definen en torno a la relación de explotación, en torno al reparto. No distingue necesariamente entre ricos y pobres, aún así hay gente que no está en la relación capital-trabajo. Hoy al menos la quinta parte de la humanidad sobra, porque no produce plusvalía, es decir, no son explotados, se encuentran marginados incluso de las relaciones y procesos de producción.

Para cuando se creó o se ideó la teoría marxista, ésta fue pensada en una época en que los más pobres eran los trabajadores. El problema del marxismo (teórica y políticamente), según Pérez Soto, es que hoy en la actualidad los trabajadores no son los más pobres. Fue el postfordismo lo que cambió la estratificación social. Además algo casi contradictorio (y quizás impensado) en la época de Marx se da hoy en día, hay burgueses pobres y asalariados ricos.

Muchas personas, incluyendo profesionales de las ciencias sociales, al trabajar con el tema de las clases sociales se confunden en su denominación; ricos y pobres, empresarios y

asalariados, son categorizaciones epistemológicamente distintas. La distinción entre ricos y pobres (y los intermedios que puedan existir) es una cuestión de estratificación social, de acuerdo al ingreso. La distinción burgueses (empresarios) y asalariados es una cuestión de clase social.

La idea de clase social, como se dijo, gira en torno a una relación social desigual de producción, a un intercambio desigual de valor: la explotación. Es la posición con respecto a esta relación lo que define la clase social de los sujetos. Es así como Pérez Soto distingue tres clases sociales en la actualidad, burgueses y proletarios que ya se han mencionado y junto a estos, la clase burocrática.

Al ser la propiedad privada una consecuencia y no una causa del dominio de clase, no hay sólo una manera de usufructuar del producto de las relaciones desiguales de producción. Los procesos de producción complejizados y la presencia de un mercado global han hecho que la burguesía ya no sea la única clase que controle la división social del trabajo. La burocracia como clase social es este nuevo segmento de las relaciones sociales de producción caracterizada por poseer las técnicas más avanzadas de producción y sobretodo de organización. Todo esto la hecho parte de las clases explotadoras, junto a la burguesía. Podemos señalar entonces que la clase dominante es un bloque compuesto de burguesía-burocracia, los que extraen plusvalía de los productores directos, los proletarios.

Los burócratas son en la práctica asalariados, sin embargo su salario es obtenido de distinta forma que los productores directos. Son salarios que exceden ampliamente el costo social de producción y reproducción de la fuerza de trabajo lo que genera que estos asalariados se enriquezcan. El burócrata “usufructúa de la extracción de plusvalía sin ser propietario de los medios de producción” (Pérez, 2008 p.7). Es muy simple como se obtiene el salario burocrático, pues, “hay lugares en los procesos productivos, y en la coordinación del mercado global, en que se puede usufructuar del hecho de que el propietario no está en condiciones prácticas de intervenir o decidir” (Pérez, 2008 p.7).

Estos son los encargados de administrar y tomar las decisiones de organización y tecnologías en un modo cada vez más complejizado de producción. En todo caso, solo la producción directa de mercancías, es decir, el trabajo realizado por los proletarios o productores directos es capaz de generar plusvalía.

Ahora bien, hay un componente ideológico en cómo logran (o históricamente lograron) burgueses y burócratas apropiarse de la plusvalía generada por los productores directos. “Tal como la burguesía legitima su usufructo en la figura ideológica de la propiedad privada, la burocracia legitima el suyo en la figura ideológica del saber. La propiedad privada es una figura

ideológica porque es una construcción histórica que tiene su sentido real en algo que no está de hecho en ella misma, y que está encubierta por su apariencia: la posesión de hecho de los medios que permiten la explotación. El saber, en el sistema burocrático, es una figura ideológica porque es una construcción histórica cuyo origen y sentido real es el mismo: legitimar una forma de explotación” (Pérez, 2008 p.7). Estas figuras se han institucionalizado, estableciéndose estos principios como naturales, naturalización de un orden establecido que lo lleva a la aceptación de todos los miembros de la sociedad. Estas figuras ideológicas están institucionalizadas, en el Estado de derecho y en la ciencia. El Estado de derecho está construido, desde su génesis, para proteger el derecho a la propiedad privada. La ciencia se ha convertido en una religión que justifica la posición de los burócratas en las relaciones sociales de producción. En otras palabras, el burgués obtiene ganancias porque es dueño de un medio de producción, situación resguardada por el Estado de derecho y el burócrata obtiene su salario burocrático porque posee el saber y conoce técnicas y formas de administrar o coordinar la producción amparado por la ciencia.

Hay que señalar también un asunto de tamaño en cuanto a las relaciones sociales de producción. Trato de señalar que, y como lo indica también Carlos Pérez Soto, existen burgueses que son explotados por asalariados, burgueses pobres y asalariados ricos. Esta lógica no es imposible dentro del análisis marxista. Cualquier persona que es propietaria de un medio de producción pertenece a la clase burguesa, desde el microempresario que trabaja codo a codo con su único trabajador hasta el gran empresario dueño de grandes plantas industriales o dueño de grandes bancos con incidencia mundial. Ésta son graduaciones de tamaño dentro de una misma clase social. Es de esta forma entonces que unos burgueses explotan a otros, como por ejemplo burgueses del capitalismo financiero explotan a otros del capitalismo industrial. Los bancos o financieras, cuyo propietario es burgués y cuyos administradores son burócratas (técnicamente asalariados) explotan a microempresarios que son burgueses. Se cumple entonces la lógica de burgueses que explotan a otros burgueses y asalariados (burócratas) que explotan a burgueses.

Un claro ejemplo es el que propone Pérez y que es típicamente chileno, es el caso de las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP): “Los propietarios del capital son los trabajadores. Ellos han “contratado” a unos señores para que “administren” el capital que acumulan, con una constancia típica de una “ética protestante”, como cotizaciones destinadas a juntar un fondo de pensión que les permita una vejez apacible. Hasta el más conservador de los cálculos indica, sin embargo, que estos “asalariados” van a ganar muchísimo más con su tarea de administración que los “capitalistas populares” que los contrataron. Las ganancias de las AFP resultan así de la explotación de “asalariados” sobre burgueses” (Pérez, 2008 p. 8).

Podemos entonces indicar que existen graduaciones dentro de las mismas clases sociales: asalariados ricos y asalariados pobres; grandes burgueses, empresarios dueños de grandes empresas transnacionales y pequeños burgueses dueños solo de un taller mecánico, por ejemplo; también burócratas que administran los grandes consorcios multinacionales y burócratas que administran un local comercial pequeño. Son posiciones muy distintas dentro de las relaciones sociales de producción pero pertenecientes a una misma clase.

Las posiciones dentro de las relaciones sociales de producción son, a mi juicio, las que le otorgan cierto modo de pensar o dotan de una cierta conciencia a los sujetos que se encuentran dentro de estas relaciones.

Es justamente aquí, donde cada clase social como grupo defiende ciertos intereses, los intereses de la burguesía, los intereses de la clase burocrática y los intereses de los productores directos. Dentro de este aspecto “los intereses de clase de los productores directos son antagónicos no solo a la burguesía sino también a una parte de los propios asalariados” (Pérez, 2008 p.8) refiriéndose al antagonismo entre los productores directos y burgueses y burócratas. Sin embargo es indudable también que el capitalismo ha traído mejor calidad de vida a los trabajadores, es por esto que no solamente la pertenencia a una clase social define el pensamiento de un sujeto.

La defensa de los intereses de clase junto con otras situaciones empíricas lleva a los sujetos a defender ciertas posturas políticas que no necesariamente tienen que ver con una distinción entre lo bueno y lo malo: “(...) las personas razonables no hacen sus cálculos políticos concretos a partir de consideraciones filosóficas abstractas sobre el bien y la justicia, como suelen hacerlo los intelectuales y los estudiantes, sino sobre la base de juicios empíricos relacionados con sus propias condiciones de vida” (Pérez, 2008 p.9) Y haciendo cita a Vicente Huidobro, Pérez agrega: “Sólo a los ultraizquierdistas, que coinciden en esto con las ingenuidades del socialismo utópico, se les puede ocurrir que la “conciencia de clase” coincide siempre y uno a uno con la conciencia empírica de cada ciudadano” (2008 p.10).

Para Pérez Soto lo más importante es que “la conciencia empírica de los asalariados está ligada históricamente al aumento objetivo del salario real, y que es perfectamente razonable a partir de esto que los trabajadores industriales hayan mantenido tradicionalmente una conducta política reformista” (2008 p.10). Con esto damos cuenta de que la conciencia o el pensamiento político o de clase no están únicamente ligados a la condición de clase, sino a muchas condicionantes de la vida cotidiana, de la experiencia real.

Es entonces cuando más adelante Pérez se pregunta “¿puede haber burgueses de izquierda? Puede, de hecho los hay. Es muy importante preguntarse por qué. ¿Puede haber asalariados de derecha? La respuesta es demasiado obvia, incluso para los marxistas. Es clave preguntarse por qué, desde un punto de vista marxista” (2008 p.10). Los asalariados de derecha existen porque como vimos, hay unos que solo viven de su fuerza de trabajo y otros en cambio de lo que usufructúan del poder burocrático y pues lo defienden. Otra razón es que hay ciertos asalariados que integrados en la producción han mejorado sus condiciones objetivas de vida y por lo tanto ven una cierta promesa de progreso en el capitalismo.

En cuanto a burgueses que son de izquierda, los hay (quizá) porque comparten la condición de ser explotados por otros burgueses más grandes y de alguna forma ven esa injusticia y serían incapaces de ponerse del lado de la postura política que les explota. Porque en las condiciones objetivas de la vida comparten similitudes con otros que no son burgueses, como por ejemplo el dueño de un almacén de barrio comparte condiciones de vida con su vecino que es trabajador en alguna empresa más grande.

En definitiva la clase social no es netamente la determinante de tal o cual pensamiento político, sin embargo es un constituyente principal y tampoco hay que dejar de lado las condiciones empíricas de cada sujeto en particular.

La generación

Utilizamos la categoría analítica de la generación para observar el comportamiento diferenciado por este criterio en las audiencias.

Al principio de esta investigación, y sobretodo al momento de hallar una división adecuada para abordar a una parte de la población que fuera más o menos representativa del universo social, la dedicación fue casi de forma cuadrada establecer categorías sociales rígidas con límites bien establecidos y que fuera excluyente uno del otro. Fue así como para la categoría de generación, ignorante o erróneamente se hizo limitar la población a grupos de edades. Más tarde, una vez realizadas las entrevistas y tras haber mantenido el contacto con las personas entrevistadas, quedó al descubierto que esas divisiones rígidas no servían. Hubo pues entonces que rehacerlas.

Los medios de comunicación influyen en la sociedad chilena pero no de igual forma para todos. Hay un factor fundamental que hace la diferencia entre la influencia a jóvenes, adultos y

viejos. Saltó a la vista que no todos accedían de igual forma a las tecnologías para comunicarse e informarse. Pero entonces ¿de qué forma podía establecerse una categoría relacionada con la edad o generación de las personas que sea adecuada para abordar la postura de las personas frente a los medios? Había un factor importante que podía servir para este propósito. El factor en cuestión es la brecha digital (en inglés Digital Divide) en su dimensión generacional, una de las dimensiones principales de este concepto.

Las tecnologías de comunicación e información están disponibles no para todos los integrantes de la sociedad, sino solamente para aquellos con la capacidad para consumirlos y utilizarlos. Las limitantes de esta capacidad de acceso a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y a la llamada NTIC (N de Nueva, haciendo referencia casi exclusiva a Internet) son de diversas índoles, económicas, culturales, sociales, generacionales, de género, entre algunas.

La brecha digital generacional es la división o el distanciamiento que existe con respecto al uso, apropiación y acceso a las tecnologías de información y comunicación entre diferentes grupos de usuarios por su edad. De acuerdo a esta situación fue que Marc Prensky⁴ desarrolló los conceptos de *Nativos Digitales* e *Inmigrantes Digitales* (2001) los que hacen referencia a dos tipos de usuarios de las nuevas tecnologías. Hay también un tercer tipo de usuario que se desprende de lo anterior y que podría ser descrito como *Analfabeto Digital*. Veamos una descripción de los 3 grupos generacionales (Castell, 2010).

Los *nativos digitales* son personas que han nacido inmersos en un mundo de tecnología, sumidos en la era digital, con acceso a videojuegos, computadores y telefonía móvil. Sus relaciones sociales se cimientan a partir del uso de estas tecnologías, sobre todo Internet, la cual provee de plataformas para la creación de redes sociales virtuales y cuya comunicación es sincrónica y permanente. Su manejo de las tecnologías es instintivo, privilegian los medios digitales por sobre los tradicionales e Internet es la fuente de todo su conocimiento. La edad de los nativos digitales llega hasta los 26 o 27 años de edad.

Los *inmigrantes digitales* son personas que han nacido antes de la era digital, han nacido en la era del papel escrito y el lápiz y sin embargo han terminado accediendo paulatinamente a las nuevas tecnologías digitales. Su comunicación sincrónica y digital es en menor medida y es utilizada de acuerdo a sus necesidades. Su aprendizaje ha sido empírico para el manejo de las herramientas digitales. Estos usuarios hacen uso alterno tanto de los medios digitales como de los

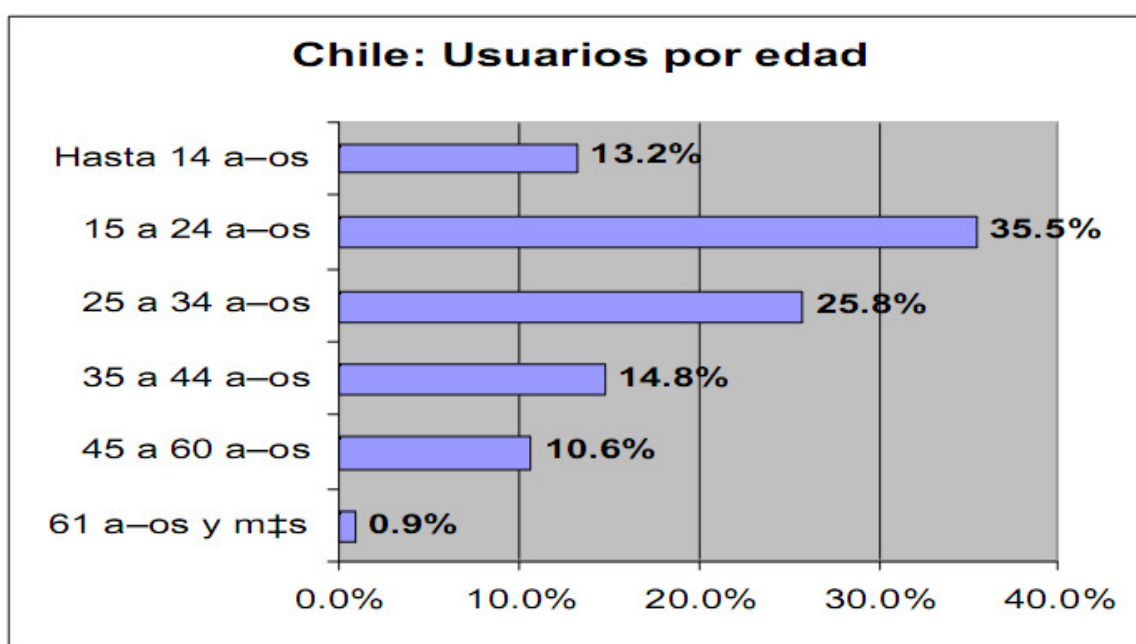
⁴ Experto internacionalmente aclamado, orador, escritor, consultor y diseñador de juegos en los ámbitos de la educación y el aprendizaje.

tradicionales. Su incursión en Internet es más bien selectiva, de acuerdo a necesidades propias y a pesar de su acceso éste, prevalece la utilización de lo impreso. La edad de los inmigrantes digitales varía desde los 27 a los 55 o 60 años.

Los *analfabetos digitales* por último, son todas las personas que tienen nulo o escaso contacto con las nuevas formas de tecnología. Sus relaciones sociales están basadas en el contacto físico y directo y su comunicación es “real” (no digital) a través de los medios tradicionales. Tienen una gran dificultad para usar y manejar las nuevas tecnologías prefiriendo el uso permanente de los medios tradicionales. Su contacto con la tecnología es a través de terceras personas (hijos, nietos, etc.). La edad de los analfabetos digitales va desde los 55 o 60 años de edad en adelante.

En la figura 4 se ve la distribución por rangos de edad de los usuarios de Internet en Chile en el año 2001.

Figura 4: Distribución por rangos de edad de usuarios de Internet en porcentajes



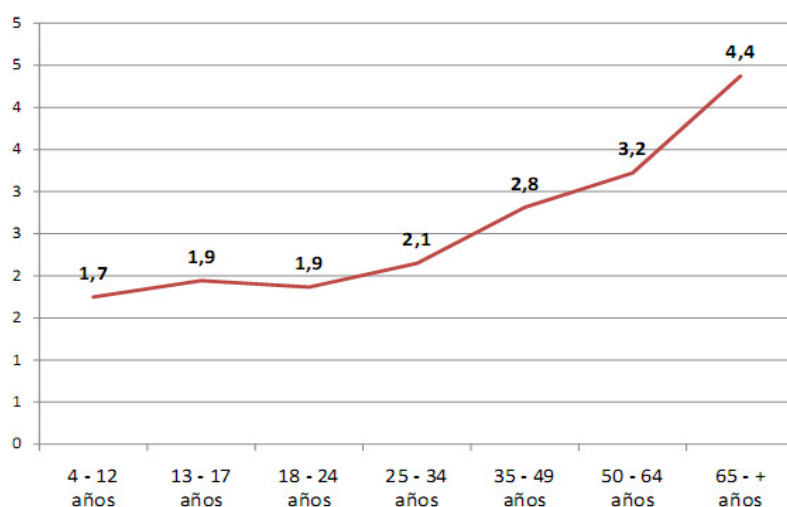
Fuente: Castellón y Jaramillo, 2002 p.7.

“Según el departamento de Economía de la Universidad de Chile, el 48,7% de los usuarios del país tiene menos de 24 años, siendo el grupo más numeroso el comprendido entre los 15 y los 24 años” (Castellón y Jaramillo, 2002).

La figura 5 muestra el consumo de televisión promedio diario distribuido en rangos de edad.

Figura 5: Distribución del Consumo Promedio Diario según Rango Etario.

7.2 DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO PROMEDIO DIARIO SEGÚN RANGO ETARIO



Fuente: CNTV, 2010.

Claramente se puede ver que son los de más edad los que pasan más horas frente al televisor, con un promedio de 4 horas y 20 minutos diarias, frente a los más jóvenes que lo hacen cercano a las 2 horas diarias de consumo.

La categorización anterior es fundamental para comprender de qué forma las personas que son usuarias o consumidoras de los medios de comunicación hacen apropiación de la información sobre la realidad social y el acontecer en el que está viviendo.

Con lo anterior se demuestra que mientras mayor es la edad de las personas, más están influenciadas por la televisión y en menor medida por Internet. Es decir, las personas más viejas son las más expuestas a la televisión, las con menos capacidad para recurrir a otros medios de información como Internet y por lo tanto quizá las más susceptibles a ser influidas por la TV debido a que solo se informan por ese medio.

Las comunicaciones tradicionales, la televisión, la radio y la prensa escrita, tienen una característica en común, y es que son medios unidireccionales, no son interactivos. Las

generaciones más viejas son las principales usuarias de estos medios y carecen de la posibilidad de rebatir temas, cuestionar o desmentir informaciones más allá de un nivel personal. Por otra parte las nuevas tecnologías de comunicación e información, Internet y la telefonía móvil, son de carácter interactivo, en donde las personas pueden comunicarse entre sí y tienen la posibilidad de rebatir o discutir con quienes están proveyendo una información.

Lo que Manuel Castells llama *Mass Self Communication* (comunicación masiva individual), esta red Interconectada de usuarios por Internet y por telefonía celular, se constituye en “una nueva forma social de comunicación que, aunque masiva, es producida y percibida individualmente. Los movimientos sociales de todo el mundo la adoptaron” (2006 p.11). Un claro ejemplo de esto es el fuerte movimiento estudiantil emergido durante el último tiempo aquí en Chile el cual tuvo como principal sustento comunicativo a las redes sociales virtuales y a los medios de comunicación digitales. No es coincidencia entonces que quienes hayan hecho utilización de estas nuevas tecnologías con el fin de contrarrestar el poder del gobierno a través de los medios tradicionales (TV y otros) y ser capaces de desmentir esa información en medios de Internet hayan sido los jóvenes, los estudiantes, los nativos digitales. Esto abre paso a la profunda crítica hacia el modelo en que vivimos, “mientras los fundamentos de la democracia formal y ampulosa están en crisis, y los ciudadanos ya no creen en sus instituciones democráticas, lo que aparece bajo nuestros ojos, con esta explosión de la *Mass Self Communication*, parece una reconstrucción de nuevas formas políticas” (Castells, 2006 p.13).

Radica en los jóvenes la capacidad de desmentir, debatir y confrontar la información y la comunicación hegemónica de los medios tradicionales a través de Internet, una plataforma que ofrece espacios virtuales de interacción más democráticos, más pluralistas y más instantáneos. Son los nativos digitales entonces, los que, gracias a estas herramientas tecnológicas, han desarrollado un pensamiento más crítico ante la realidad mostrada por los medios tradicionales.

De este modo hay una diferencia sustancial en lo que perciben tanto jóvenes, adultos y ancianos sobre la realidad que les muestra la televisión y otros medios. Existe una diferencia evidente en los posicionamientos desde los cuales las personas enfrentan los medios de comunicación.

El género

Finalmente utilizamos como categoría analítica el género, entendido como criterio que compone a las audiencias de dos grandes mitades, hombre y mujeres.

Así como pertenecer a una cierta generación, a un cierto grupo de edad, provee a las personas de formas diferentes de percibir la información entregada por los medios de comunicación también la pertenencia a un determinado estatus de género determina la tendencia que va a tener una persona frente a los medios de comunicación de masas.

El punto principal que aquí cabe mencionar, es que hay una diferencia entre hombres y mujeres con respecto a su postura frente a los medios de comunicación. Esta diferencia reside básicamente en las desigualdades de género presentes en nuestra sociedad: la dominación del hombre sobre la mujer, lo masculino sobre lo femenino. Claramente, de esta desigualdad se derivan formas de situarse frente a los medios de comunicación.

Los medios de comunicación como agentes influyentes en una sociedad como la chilena, están inmersos en la lógica que rige al sistema sociocultural, sirviendo a la reproducción de los ideales de normas y orden con todos los perjuicios que ello implica como la reproducción de la desigualdad entre hombre y mujeres.

Son varios los artículos y estudios en los que se discute este tema, sobretodo la representación que se hace en los medios, principalmente en la televisión, de la mujer. Hay una oposición entre el modelo que entregan éstos y la realidad de la mujer.

Recurriendo al ensayo de la antropóloga norteamericana Sherry Ortner, *Is female to male as nature is to culture* (Es la mujer al hombre lo que la naturaleza a la cultura), podemos establecer que la situación de las mujeres ha sido la dominación por parte de los hombres en todas las sociedades (1972). La pregunta que surgió entonces fue ¿qué es lo común en todas las culturas para valorar menos a la mujer que al hombre? Es aquí donde compara o asocia los conceptos de naturaleza con lo femenino y la cultura con lo masculino. Esta distinción viene de que en todas las culturas hay un reconocimiento de la separación entre sociedad humana y el mundo natural. “La cultura trata de controlar y dominar la naturaleza para que se pliegue a sus designios. La cultura es, por tanto, superior al mundo natural y pretende delimitar o “socializar” la naturaleza, con objeto de regular y supervisar las relaciones entre la sociedad y las fuerzas y condiciones del medio ambiente. Ortner sugiere que identificamos, o asociamos simbólicamente, a las mujeres con la naturaleza, y a los hombres con la cultura. Dado que la cultura aspira a controlar y dominar

la naturaleza, es “natural” que las mujeres, en virtud de su proximidad a la “naturaleza”, experimenten el mismo control y dominio” (Moore, 1999 p.28).

La mujer está mas cerca de la naturaleza por su biológica función reproductora cumpliendo así una función creadora, en cambio el hombre debe buscar otros medios mediante los cuales crear (tecnología, símbolos) y por esto se halla más cerca de la cultura. Las funciones del hombre y de la mujer por lo tanto se asocian a ese ámbito. La mujer más cerca de la naturaleza, debe encargarse de labores domésticas, relativas a la crianza de los hijos, el cuidado de la familia y el hombre, próximo a la cultura, se desenvuelve en el ámbito público, participa de aspectos políticos, toma de decisiones y vida social (Moore, 1999).

La constitución de lo femenino y lo masculino se construye desde esa perspectiva. La desigualdad de género (al igual que la lucha de clases) es transversal a toda la sociedad y repercute en la dinámica de medios de comunicación y audidores (hombres y mujeres).

Los medios de comunicación reproducen esta desigualdad a través de diferentes formas. Hay varios ejemplos que contribuyen a esa reproducción y sobre todo en la publicidad. Rosalina Lorente describe justamente esta situación: “Se nos vende como posible y deseable la imagen de la mujer profesional que mantiene una maratónica jornada de trabajo en su despacho, al que ha llegado tras despedir con un beso a sus niños en la puerta del colegio; y desde el que regresará a su casa muchas horas después con el ánimo suficiente para hablar con su pareja, poner en orden todos los resortes del bienestar doméstico, y llegar a la cama tan perfecta, bella y bien peinada como cuando deslumbró a propios y extraños al comenzar el día... Pero es mentira. No hay superwomen y todos los mayorcitos deberían saber que, al igual que Superman, esos prototipos son sólo de cómic. Es más, la dura realidad está derivando en graves problemas de estrés y desgaste para las mujeres, que frustra nuestra vida laboral y personal hasta el punto de desear la vuelta a la casa y de renunciar a nuestras aspiraciones profesionales como solución al estado de ansiedad y cansancio de un día a día tan agobiante como insatisfactorio” (Lorente en Inmujeres, 2005 p.4).

La televisión, con la exhibición de ese modelo de mujer, ha impulsado que las mujeres salgan de casa, cargando en sus espaldas una doble tarea, la del mundo laboral y la de las labores domésticas.

En ese impulso por salir del área doméstica las mujeres buscan una salida de escape hacia el ámbito público. Es así como este escape deriva en la fuerte disposición al consumo que tienen las mujeres. *Los hombres compran, las mujeres van de compras*, se llama un estudio en el cual se llega a los resultados de que las mujeres están más involucradas en el hecho de ir de compras

(Shopping), lo que implica “vitriear” y recorrer varias tiendas. Los hombres por el contrario quieren entrar en una tienda, encontrar el producto necesario y salir rápidamente de allí (Universia Knowledge Wharton, 2007). Esto tiene que ver principalmente con la publicidad hecha en televisión orientada a la mujer, de grandes tiendas por ejemplo, en horarios donde el mayor consumo frente a la pantalla chica lo tienen ellas.

Respecto al consumo de horas de televisión en Chile hay una gran diferencia entre hombres y mujeres. Según el Consejo Nacional de Televisión (CNTV) durante el año 2010 el promedio de horas consumidas por hombres fue de 783 mientras que el de las mujeres fue de 1.098 (CNTV, 2010 p.36). Claramente las mujeres ven más televisión que los hombres, otro dato no menor para analizar las distintas posturas de ambos frente a la televisión. Esto se debe principalmente a que, como vimos anteriormente, las mujeres son las que pasan más tiempo en el ámbito doméstico, cumpliendo las labores del hogar y por ende tienen mayor propensión a ver televisión.

En hombres y mujeres el consumo por género televisivo es muy similar: de las 1.098 horas promedio que consumen las mujeres el 22,9% es de informativos y de las 783 horas promedio que consumen los hombres 24,7% es de informativos (CNTV, 2010 p.42).

Finalmente se considera que las mujeres están más expuestas a la televisión que los hombres por lo que existe una diferencia importante en el tratamiento que hacen de ese consumo y de cómo asimilan o forman una postura frente a esa realidad mostrada.

METODOLOGÍA

Para realizar este estudio fue necesario, como en toda investigación de este orden, parcelar la población que se pretende estudiar.

La sociedad chilena en general se entiende como el conjunto de las personas que agrupadas de diferentes formas constituyen un gran entramado social que interactúa entre sí económica, política y culturalmente, distinguiéndose de otras sociedades latinoamericanas por estar bajo la dirección de un Estado nacional con límites físico-políticos establecidos y cuyo territorio y nación corresponden a un país: Chile. Es una sociedad occidental cuyo idioma es el español (chilenizado), su cultura y sus creencias religiosas están fuertemente arraigadas en la tradición judeocristiana y su legislación formal proviene de la influencia grecolatina como la mayoría de los países americanos.

La sociedad chilena es una sociedad compleja, en el sentido de que se organiza de forma vertical para llevar a cabo los procesos de producción, los procesos de toma de decisiones (democracia) y posee una alta burocratización. Esta sociedad está compuesta y/o dividida en clases sociales, grupos identitarios, grupos de género, de edad, pobres, ricos, pueblos indígenas, entre otros.

Indiscutiblemente la sociedad chilena es divisible en muchas más categorías, en muchos aspectos y características que son analizables, sin embargo, las más importantes para los procesos que implican la influencia en el pensamiento y de la conducta colectiva, es decir, de los procesos de control social, son a mi parecer, la de clase social, la de generación, y la de género, puesto que son estas tres posiciones en la sociedad las que proveen a los sujetos unas formas específicas de pensamiento frente a la información que es entregada en los medios, una postura.

Estas tres categorías sociales las cuales están ligadas entre sí le otorgan a los sujetos una posición desde donde y cómo ven el mundo. Un empresario joven, varón no ve el mundo de la misma forma que lo hace una anciana que toda su vida ha trabajado apatronada. Son perspectivas diferentes, son audiencias diferenciadas.

Además de lo anterior, la clase social, la generación y el género son estatus de pertenencia, en donde sus miembros defienden un mismo interés o son partidarios de materias similares. Aunque por pertenecer a una misma sociedad, los integrantes de ella comparten lengua, tradiciones, historia, existen comportamientos que son propios de cada estatus social; los jóvenes no comparten los mismos intereses ni hacen las mismas cosas que los adultos ni los ancianos; las mujeres se comportan como tal de acuerdo a lo que les dicta la normativa social y la cultura, a

diferencia de los hombres que tienen otro comportamiento y así sucede con todas las posiciones o estatus sociales.

Tomando en cuenta la transversalidad de esas categorías sociales, es que para esta investigación abordamos a las audiencias desde su diferenciación en tres categorías analíticas que fueron conceptualizadas anteriormente. En primer lugar el enfoque marxista de las clases sociales, distinguiendo así clase empresarial o burguesía, clase trabajadora y la clase “media” (comúnmente conocida como clase media pero que hace referencia a aquellos trabajadores que no venden su fuerza de trabajo, sino su intelecto. Profesionales del sector terciario por ejemplo, entre otros).

La categoría de generación, la que está basada en la perspectiva de brecha digital generacional, el cual hace referencia a las diferencias en el acceso a los medios de comunicación (tradicionales y digitales) con respecto a la edad de las personas.

Por último, la categoría de género está fundamentada en la perspectiva teórica de la dominación universal (en todas las culturas, ésta inclusive) del hombre sobre la mujer propuesto por Sherry Ortner en 1972.

“Es interesante que un fenómeno masivo no requiera un método masivo tal como las encuestas. Los antropólogos confían en su experiencia personal para estudiar un hecho global. Esta no es una sorpresa, considerado que los antropólogos estudian la cultura, la cual es pública y personal. Nosotros accedemos a un modo de ser en la sociedad humana hablando con individuos de un lugar dado. En ese sentido, no hay necesidad de justificar los medios masivos de comunicación como un objeto de estudio porque, como cualquier otra materia cultural, la antropología es la ciencia observacional de la sociedad en hallazgos particulares (como una familia viendo televisión)” (Osorio, 2002).

La antropología utiliza la etnografía⁵ o método etnográfico como herramienta para la recolección y sistematización de datos acerca de ciertos grupos humanos que están siendo estudiados, mediante herramientas como la observación participante y las entrevistas por ejemplo. En un principio este método nace para la investigación de culturas muy distintas a la del propio investigador (culturas no occidentales o aborígenes), lo que hacía suponer una mayor objetividad en la observación, al ser esta una mirada externa o desde afuera. Sin embargo hoy este método es también utilizado para el estudio de nuestras propias realidades socioculturales, lo que implica para el etnógrafo un mayor esfuerzo de abstraerse de sus propias condicionantes.

⁵ Basado en material audiovisual *Etnografía, aclarando conceptos*, del año 2001, en el cual se entrevista a algunos antropólogos chilenos sobre el concepto de etnografía. Disponible en <http://vimeo.com/9017915>

Implica estudiar a un “otro” que en realidad somos nosotros mismos, puesto que somos miembros de esa realidad social y por lo tanto se torna difícil la observación de aspectos que son habituales y comunes y muchas veces no nos percatamos que existen.

La finalidad de la etnografía es la sistematización para la producción del conocimiento. Esa producción, sin embargo, no está ausente de los supuestos del propio investigador, es decir, el texto, los relatos, cada dato obtenido está impregnado con sus valoraciones y nociones, lo que en definitiva es una creación y por consiguiente puede existir también una intencionalidad de que este conocimiento producido, además de colaborar al conocimiento científico, pueda cambiar las realidades estudiadas, generalmente en pos de mejorar la calidad de vida de las personas de la comunidad.

Personalmente pienso que cada cultura, cada sociedad tiene sus propias normas por las cuales se rige y es trabajo de sus miembros poder realizar aportes que cambien sus propias realidades. Es por ello que, como parte integrante de la sociedad chilena actual, en el presente estudio la intencionalidad del conocimiento que se produzca va dirigida a contrarrestar la influencia que tienen las elites de poder a través de los medios de comunicación, contribuyendo a que la sociedad civil, en particular el pueblo, la gente común y corriente, puedan en primer lugar darse cuenta de dicha influencia y posteriormente buscar y optar a nuevas formas de informarse alejadas de la mano del poder, la que considero una necesidad en un mundo cada vez más controlado.

Varias son las investigaciones que estudian el fenómeno del miedo o la inseguridad relacionado a los medios de comunicación y desde distintas disciplinas, tales como la sociología, la psicología social y la antropología.

En su artículo titulado *Segregación socio-urbana y representaciones sociales de la inseguridad en dos comunas de Santiago de Chile* (2007) Rosa Guerrero hace una comparación de las percepciones sobre la inseguridad que existen en Cerro Navia y Las Condes, comunas escogidas por su diferenciación espacial, socioeconómica y de peligrosidad (según autoridades policiales) basada en la aplicación de una metodología cualitativa y mediante una comparación logra establecer jerarquías subjetivas acerca de la noción de inseguridad proveniente de ambos sectores del gran Santiago. Este tipo de comparaciones se hace importante al momento de establecer la relación que hay entre la noción de inseguridad y las condicionantes espaciales, sociales y económicas desde distintos sectores geográfico-sociales y cómo estas últimas condicionan la formación de la primera. Sin embargo, aunque no se obvia, quizás es poco tomada en cuenta la interviniente influencia de los medios de comunicación en esa formación sobre una

noción de inseguridad. Las representaciones sociales de inseguridad o la forma en que percibimos el miedo en la ciudad vienen dadas en cierta parte por nuestra condición espacial, social, económica y también por cómo se nos presenta cierto discurso acerca de esa noción en los medios influyentes.

Si de trabajos sobre la temática del miedo e inseguridad se trata, en Latinoamérica el país puntero es Colombia, debido a que es este país el que “ostenta el título de ser el más violento del hemisferio occidental” (Restrepo *cit. en* Niño, 2002 p.190).

Una investigación de base etnográfica como la presente, necesita además, como complemento una base estadística o cuantitativa, en la que se pueda tener un completo panorama, tanto en profundidad como en extensividad del fenómeno, tal como se realiza en el estudio de Soledad Niño, *Territorios del miedo en Santafé de Bogotá (Colombia)* (1998) en que trabaja con 900 encuestas y en donde los resultados que obtiene son porcentajes sobre cómo las personas perciben esa ciudad y trabaja además con talleres comunitarios en que obtiene relatos respecto de dichas percepciones. Se esta forma se logra constatar el fenómeno del miedo como generalizado en la ciudadanía y los relatos de esa forma de sentir el miedo.

Como parte importante para muchas investigaciones está el lograr establecer ciertas tipologías que ayuden a comprender los fenómenos estudiados. Utilizando metodología cualitativa, en el estudio *Mitologías Urbanas: La construcción social del miedo* (Villa, Sánchez y Jaramillo, 2002) uno de los resultados a los que llegaron sus autores fue encontrar que, “para el conjunto de la población, existen una serie de figuras sociales a través de los cuales estos miedos se individualizan” (Villa, Sánchez y Jaramillo, 2002 p.225). Esto es a lo que denominaron “las caras de miedo” y representan personajes relacionados a la delincuencia callejera, la pérdida de valores, entre otros.

En Chile hay varios esfuerzos por analizar el problema de la inseguridad ciudadana y delincuencia, siendo el más importante (por su tamaño y por su implementación) la Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana (ENUSC) a cargo del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en conjunto con el Ministerio del Interior, la que se realiza desde el año 2003 a lo largo de todo Chile.

La selección de los medios de comunicación y de la programación televisiva

Los medios de comunicación que fueron seleccionados para la investigación son la televisión, la radio, la prensa escrita y la Internet. Básicamente son estos medios de comunicación los que tienen una gran capacidad de transmitir contenidos informativos sobre el acontecer nacional, en especial y con gran énfasis la televisión, por su gran capacidad de influencia, su instantaneidad y la facilidad con que puede ser visionada. La radio y el diario son utilizados generalmente en ocasiones en que no se cuenta con la televisión cerca o en la que se prefiere la noticia por escrito y por su parte Internet se utiliza al igual que un periódico escrito con la diferencia de que hay acceso a material audio o audiovisual el que se puede compartir con otras personas. Sin embargo las pautas noticiosas las marca la televisión. Si quisiéramos por ejemplo indagar un poco más en una noticia aparecida en la televisión ¿adónde recurrimos? Claramente buscamos en Internet.

La televisión es capaz de ofrecer a la audiencia un discurso particular sobre la realidad nacional y la posibilidad de informarse de ella a través de los noticieros o los programas de corte informativos, los cuales son una ventana hacia el acontecer actual. En muchos casos los medios de comunicación son la única forma de que la ciudadanía pueda acceder al espacio público.

El *noticiero televisivo* es el instrumento fundamental por el que se proyecta una forma determinada de vivir socialmente en la actualidad introduciendo nuevos valores y normas principalmente a las familias chilenas. Uno de los roles principales del noticiero televisivo es su rol normalizador y constructor de un orden social determinado (Antezana, 2010). Por ello es que se le considera tan importante en la presente investigación.

Hay que señalar que los noticieros de los cuatro canales principales, TVN, Canal 13, Mega y Chilevisión, exhiben una estructura temática muy similar la cual sitúa en el primer bloque noticias que se refieren a crónica roja, “es decir: *policiales, tribunales, insólito y catástrofe*, que permiten configurar a través de su puesta en escena, lo permitido y lo prohibido en el seno social (Antezana, 2010 p.5). Esta forma de exhibir las noticias es muy importante para entender cómo se va configurando el miedo, esto porque, “las notas de *crónica roja* conservan una estructura narrativa dramática similar a la tragedia griega: la presencia de *drama*, el hombre frente al hombre... una situación cotidiana que es bruscamente alterada desencadenándose la intriga y la vuelta al orden, el desenlace, el equilibrio restablecido. Personajes altamente estereotipados son los protagonistas de las historias que se presentan: el héroe, la víctima, el victimario. Una simplificación de rasgos que distinguen claramente al bueno del malo, y permiten

canalizar los sentimientos de rabia, el deseo de venganza, de justicia, de castigo a través de ciertos “chivos expiatorios” que al ser castigados restablecen el orden social (Moulian *cit. en* Antezana, 2010 p.5).

Esta estructura temática en los noticieros se ha mantenido durante el tiempo, por lo que no es difícil observar la dinámica anterior en los noticieros centrales de los cuatro canales que son transmitidos diariamente a primera hora matutina, entre 7:00 y 8:00 horas; mediodía, entre 13:00 y 14:30 horas, en la tarde entre las 21:00 y 22:30 horas y con avances de noticias que suelen ser cada 1 hora con duración de entre 5 y 10 minutos.

La entrevista

Para llevar a cabo un estudio de carácter cualitativo, se necesitan herramientas de ese carácter para indagar en una población determinada. Es por esto que se optó por realizar una entrevista en profundidad a 18 personas que fueron seleccionadas de acuerdo a tres categorías analíticas cruzadas entre sí.

La entrevista está elaborada para indagar en 5 ejes temáticos principales: los medios de comunicación y la exhibición de sucesos que generan miedo; el miedo, los pensamientos y los sentimientos que le hacen sentir los sucesos mostrados en televisión y otros medios; los sucesos ocurridos al entrevistado; las actitudes, las conductas y los comportamientos referentes al miedo; y la dimensión política de los sucesos que generan miedo mostrados en televisión u otros medios.

El guión de la entrevista consta de varias preguntas abiertas, de carácter flexible, consiguiendo que el diálogo se transforme en una conversación en la que el entrevistado se expone libremente al responderlas.

La finalidad de la entrevista fue indagar en opiniones y comportamientos los que proporcionaron datos cualitativos sobre como se vive la influencia de los medios y el miedo que estos puedan generar.

Estas entrevistas fueron realizadas en las ciudades de Valdivia y Los Lagos entre el mes de octubre del 2011 y enero del 2012.

La información recopilada fueron las respuestas que los entrevistados dieron al cuestionario de entrevista, las que fueron registradas en formato de audio-grabación y posteriormente transcritas.

Los escenarios de las conversaciones fueron variados, no obstante todos fueron acordados entre el investigador y el entrevistado. Algunos de ellos fueron casas de los entrevistados, y otros parques y plazas.

Las personas seleccionadas para ser entrevistadas fueron 18, hombres y mujeres que pertenecen a las categorías cruzadas de clase social y generación como muestra la tabla 4.

Tabla 4: Entrevistados seleccionados por categorías

| Clase social/ Generación | Nativo Digital | Inmigrante Digital | Analfabeto Digital | Total |
|-----------------------------|-------------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| Clase Proletaria | 2 | 2 | 2 | 6 |
| Clase Burocrática | 2 | 2 | 2 | 6 |
| Clase Burguesa | 2 | 2 | 2 | 6 |
| Total | 6 | 6 | 6 | 18 |

Fuente: Elaboración propia

Algunos de los entrevistados que fueron contactados por el investigador, ya eran personas conocidas de antemano (amigos, conocidos del entrevistador) y otros entrevistados fueron contactados por medio de otros (amigos de entrevistados, amigos de otros contactos del entrevistador), lo que facilitó la fluidez de las conversaciones, gracias a cierto grado de confianza establecido con anterioridad.

Se ha tomado la decisión de efectuar un desglose de acuerdo a los cinco ejes temáticos principales en que indagaba la guía de entrevista y a su vez estos temas dieron paso a subtemas los que fueron incluidos también dentro de ellos.

El análisis de la información fue realizada mediante el proceso de análisis de contenido, centrado en los temas, cuestiones o asuntos que afloraron de las conversaciones.

El análisis de contenido proviene del análisis de tipo lingüístico, originado al estudiar mensajes de medios de comunicación, periódicos, entre otros, y tiene un carácter cuantitativo, en referencia a que establece cálculos de frecuencias relativas. Sin embargo, “al contrario de la lingüística, el análisis de contenido en ciencias sociales no tiene por objetivos comprender el funcionamiento del lenguaje como tal” (Quivy y Campenhoudt, 2000 p.216). El objetivo principal del análisis de contenido en este estudio consiste en desprender distintos temas que apuntan hacia el reconocimiento de una cultura del miedo y de la influencia de los medios de comunicación en ella. En este análisis temático de la información, lo que se presenta es un

análisis por categorías; este tipo de análisis es (dentro del análisis de contenido temático) “el más antiguo y el más usual. Este consiste en calcular y comparar las frecuencias de algunas características (con frecuencia los temas evocados) reagrupados previamente en categorías significativas. Este se funda en la hipótesis de que la frecuencia con la que se cita a una característica se relaciona con la importancia que le concede el interlocutor. El proceso es cualitativo” (Quivy y Campenhoudt, 2000 p.217).

RESULTADOS – ANÁLISIS DE LOS DATOS

Análisis de los medios y la programación televisiva seleccionada

El ejercicio de seleccionar cierta programación televisiva, tratándose de los noticieros no es muy difícil, tomando en cuenta que los cuatro noticieros principales basan sus contenidos en una misma estructura de agenda. Durante el mismo período en que se realizaron las entrevistas, (Octubre de 2011 y Enero de 2012) tomamos al azar diferentes noticias que estaban saliendo al aire por alguno de los noticieros de los cuatro canales de televisión abierta; TVN, Canal 13, Mega y Chilevisión. Así como también algunas noticias y portadas de periódicos y otras noticias de radio. Hay que destacar que desde hace varios años esta agenda noticiosa en televisión no ha cambiado, si el ejercicio se hiciera hoy por ejemplo veremos que las primeras noticias en ser presentadas corresponden a algún delito violento.

Noticieros: principalmente a continuación se presentan noticias que aparecieron en primer lugar en los noticieros televisivos.

Tres jóvenes detenidos por robo de joyas en el sector oriente

Jueves, 20 de octubre de 2011 – Chilevisión Noticias, edición mediodía, duración: 5 minutos.

La policía detuvo a un grupo de tres delincuentes de entre 16 y 19 años, acusados de haber entrado a robar una casa de la comuna de Las Condes y que tenían en su poder en diversas joyas, que trataron de comercializar en una joyería del sector céntrico de la capital.

Violento despertar tuvo matrimonio asaltado en Las Condes

Miércoles, 02 de noviembre de 2011 – Meganoticias, edición mediodía, duración: 5:30 minutos.

La pareja se encontraba durmiendo cuando cuatro delincuentes ingresaron al domicilio y los maniataron con cables de teléfono.

Un violento asalto sufrió un matrimonio durante la noche en su casa en la comuna de Las Condes. La pareja se encontraba durmiendo cuando cuatro antisociales ingresaron al domicilio y los amenazaron con armas de fuego y un cuchillo. El grupo delictual entró por

la ventana de la cocina, que se estaba abierta, y subió al dormitorio de la pareja, en el segundo piso. Ahí los amarraron con cables de teléfono durante 25 minutos y procedieron a sustraer diversas especies.

Los antisociales, quienes serían todos adultos, huyeron en una camioneta Hunday Tucson con televisores y notebooks, entre otras especies.

Delincuentes lanzaron más de 200 miguelitos para escapar de Carabineros

Martes, 15 de noviembre de 2011 – Meganoticias, edición central, duración: 3 minutos.

En la costanera norte, nueve vehículos resultaron con sus neumáticos reventados. Los antisociales huían de carabineros porque minutos antes habían intentado robar un cajero automático.

Venta de droga sería el motivo de brutal crimen de comerciante en Cerrillos

Miércoles, 07 de diciembre 2011 – Meganoticias, edición mediodía, duración: 4:30 minutos.

4 hombres entraron al domicilio y a escopetazos mataron al dueño de casa. En un principio se había hablado de un robo, pero los últimos antecedentes indican que todo habría sido parte de una “mexicana” entre narcotraficantes.

Formalizan a sujeto acusado de violar a 11 niños

Miércoles, 04 de enero de 2012 – Tele 13, edición central, duración, 5 minutos.

Efectivos del OS-9 de Carabineros detuvieron a un hombre de 48 años, sindicado como el presunto autor de al menos once delitos sexuales en la comuna de Maipú.

Detienen a violador en serie en Maipú, atacaba niños de entre 10 y 13 años

Miércoles, 04 de enero de 2012 – 24 Horas, edición central, duración, 6 minutos.

Comunidad consternada, violador en serie tenía antecedentes de condena previa.

Las noticias señaladas anteriormente forman parte de una agenda noticiosa establecida y con la cual se desarrollan las ediciones de noticieros en los canales principales. Con esto establecemos que casi todas las veces, las noticias de este tipo se encuentran en los primeros minutos de los noticieros. Éstas son sólo muestras, sin embargo como se dijo, el ejercicio no es

difícil: si vemos los noticiarios de hoy por televisión, veremos que hay una noticia sobre delincuencia.

A continuación presentamos una noticia en particular, escogida al azar y que estuvo presente tanto en noticieros de televisión como en diarios, radios e Internet. Se trata de un asalto en una casa en el sector de Chicureo, Región Metropolitana.

Asalto a familia en Chicureo terminó en balacera con Carabineros

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – Chilevisión Noticias, edición matutina, duración: 4 minutos.

Violento asalto ocurrió pasada la media noche de ayer, en el sector de Chicureo. Cuatro antisociales intimidaron de manera violenta a un grupo familiar de siete personas a los cuales maniataron para luego robar. No obstante un vecino de la familia alertó a Carabineros, que llegaron al lugar produciéndose un intercambio de disparos que dejó a un delincuente herido

Brutal asalto sufrió una familia de Chicureo

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – Chilevisión Noticias, edición central, duración: 5 minutos.

Una familia del sector de Chicureo vivió una aterradora experiencia, debido a que un grupo de cuatro delincuentes ingresaron a su vivienda y en forma violenta les amenazaron y maniataron para sustraer las especies del inmueble. Sin embargo carabainero logró ingresar a la vivienda donde hirió a uno de los antisociales.

Violento asalto a familia de Chicureo

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – Meganoticias, edición central, duración 6 minutos.

Con armas de fuego encañonaron a la familia de Pablo Reszczyński en su parcela de Chicureo.

Carabineros dejó herido de 4 balas a un antisocial que se resistía al arresto el cuál está grave en el Hospital San José.

Brutal asalto en casa de Chicureo: Policía debió dispararle a ladrón mientras éste encañonaba a un menor de 16 años

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – La Segunda, edición online.

Pablo Reszczyński, ex gerente del MallSport, relató esta mañana lo sucedido: "Yo estaba viendo televisión cuando llegó mi hijo Santiago, de 16 años, y me dijo que dentro de la casa había unos tipos con pistolas...". Carabineros logró atrapar a 4 de los 5 delincuentes.

Violento asalto en Chicureo deja cuatro detenidos y un delincuente herido a bala

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – La Tercera, edición online.

Los antisociales intimidaron con armas de fuego a los moradores de la casa

Victima de asalto en Chicureo: "Nos podrían haber matado"

Jueves, 22 de diciembre de 2011 – La Tercera, edición papel, página 18.

Cuatro sujetos armados encañonaron a una familia tras ingresar a la vivienda para robar dinero y objetos de valor.

Víctima de asalto en Chicureo: "Decían que les daba lo mismo matarnos, que entregáramos todo"

Jueves, 22 de diciembre de 2011 – El Mercurio (EMOL), edición online.

María Paz Zúñiga recordó así los cuarenta minutos que, junto a sus hijos Sergio, Maximiliano, Santiago y Pablo, estuvo bajo la amenaza de los delincuentes que entraron a su hogar, una parcela ubicada en Las Canteras de Chicureo.

Delincuente baleado en violento asalto en casa de Chicureo

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – La Nación, edición online.

Nuevo atraco en la misma parcela del exclusivo sector de Colina, en que familia fue encañonada, terminó con uno de los sujetos intentando resistir el arresto por lo que recibió 4 impactos que lo tienen grave en el San José.

Familia sufrió violento asalto en su parcela de Chicureo

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – Radio Cooperativa, edición mediodía, duración 4 minutos.

Cuatro personas encañonaron a la familia para robar sus pertenencias.

Uno de los delincuentes fue baleado por la policía y está grave.

Familia sufrió violento asalto en su parcela de Chicureo

Miércoles, 21 de diciembre de 2011 – Terra Noticias, edición online.

Santiago.- Un violento asalto vivió una familia del sector de Chicureo, en Huechuraba, en horas de esta madrugada luego de que a su residencia ingresaran cuatro delincuentes armados

Con lo anterior se pretende mostrar cómo una noticia muy puntual está disponible con alcance nacional, inundándose así la mayoría de las posibilidades distintas de información. Con esto se establece claramente el monopolio de la información, la omnipresencia y la diversificación.

Los contenidos noticiosos que vienen a continuación corresponden a una muestra de medios que desvían la atención hacia temas de importancia superficial principalmente contenidos referente a la farándula. El ejemplo más claro aquí son las portadas del diario Las Últimas Noticias, expuestas en la figura 6.

Figura 6: Ejemplos de portadas desviadoras de atención



A. Domingo, 16 de octubre de 2011



B. Domingo, 6 de noviembre de 2011



C. Martes, 29 de noviembre de 2011



D. Sábado, 10 de diciembre de 2011



E. Sábado, 7 de enero de 2012



F. Martes, 17 de enero de 2012

Fuente: Las Últimas Noticias, octubre 2011 – enero 2012

Este diario de circulación nacional, en particular, representa un emblema del periodismo sobre temas superficiales, logrando que se acaparen las atenciones en temas de farándula en vez de otros de real importancia para la ciudadanía.

Análisis de las entrevistas

Para la presentación de los resultados de estos datos recogidos bajo la aplicación de la entrevista anteriormente descrita en el apartado de metodología, se han efectuado de acuerdo al desglose referido antes a los cinco ejes temáticos principales en que indagaba la guía de entrevista y a su vez estos temas dieron paso a subtemas los que fueron incluidos también dentro de ellos.

A nivel general hay que mencionar que las opiniones vertidas por los entrevistados son diversas, muchas coinciden en ciertos temas y otros discrepan, sin embargo, eso es una clara señal de que muchos tienen una conciencia más crítica sobre su alrededor y lo que está sucediendo en el entorno político, económico, social y mediático, pero no significa que no vivan una cultura del miedo.

Para la división de temas se ha seguido la de los cinco ejes temáticos principales, agregándoseles subtemas, los cuales se originaron a partir del relato de los entrevistados sobre temas recurrentes.

La división de esos temas (con números: 1, 2, 3...) y subtemas (con letras: a, b, c...) se distribuye como sigue : **1)** Los medios de comunicación y la exhibición de los sucesos que generan miedo: a) Televisión v/s. Internet, b) Maximización de hechos o noticias, c) La encrucijada de informarse, d) Predisposición de los medios a la violencia; **2)** Pensar y sentir sobre el miedo: a) El estereotipo “flaite”, b) Derecha e Izquierda, c) Mujeres y viejos miedosos y el “hombre violado”; **3)** Los sucesos ocurridos al entrevistado: a) Frecuencia de hechos violentos; **4)** Actitudes, conductas y comportamientos sobre el miedo: a) Estrategias frente al miedo, b) Recordar noticias violentas, c) Simbolización de los espacios y los tiempos, d) Preferencia de ver otras cosas; y **5)** Dimensión política de los sucesos que generan miedo mostrados en TV u otros medios: a) Beneficio económico y político.

1. Los medios de comunicación y la exhibición de los sucesos que generan miedo.

Televisión v/s. Internet.

La televisión como el principal medio de comunicación transmisor de contenidos generadores de miedo, obtiene esta característica (la de principal) gracias a su capacidad de

presentar sus contenidos de una forma cómoda hacia el televidente y a su carácter audiovisual que la hace más interesante que por ejemplo la radio o los periódicos escritos, de los cuales es fácil desviar la atención. La televisión requiere toda nuestra atención (visión y audición) además de un mínimo esfuerzo (solo hay que sentarse frente a ella). Por esta razón es que la gran mayoría se siente cómoda a ver la tele, en desmedro de otros medios de comunicación en que se requiere un mayor esfuerzo.

Veo la televisión más que nada, porque por el mismo trabajo, los diarios y todo eso no están al alcance po, estamos siempre en faenas, fuera de la ciudad... (Héctor, trabajador, 59 años)

Yo lo que mas veo son las noticias... en la tele, es lo que más me importa... y también por la radio, y lo que pueda escuchar por ahí porque es parte del diario vivir también po. (Manuel, trabajador, 35 años)

Claramente, en estos testimonios se percibe la preferencia por la televisión. Sin embargo, debido al avance en las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y el sorprendente incremento del uso de Internet, es este medio el que ahora también está siendo muy utilizado para la información.

Se produce aquí un versus entre ambos medios. Por un lado la televisión, por ser más antigua, ha quedado como el instrumento para informarse de aquellas generaciones anteriores al uso masivo de Internet, es decir de los inmigrantes y analfabetos digitales, personas mayores a los 30 o 35 años, adultos y ancianos que han crecido junto a ella. Por otro lado Internet, es la nueva forma de informarse y que juntamente con el aumento de su masividad, fueron los jóvenes quienes prácticamente se adueñaron de él posicionándolo como el nuevo medio de comunicación. Estos jóvenes, principalmente menores de 30 años, son los llamados nativos digitales, quienes han nacido durante esta nueva era de las comunicaciones.

Dejé de ver las noticias hace tiempo, prefiero informarme por Internet, la noticia corta... (Camila, estudiante, 21 años)

P⁶: ¿Cual es el medio que más prefieres, la televisión, la radio, los diarios o Internet?

R: yo creo que Internet porque ahí tenís, buscá no más y tenís distintos puntos de vista, porque en la tele o las noticias, como que se enfocan en lo mismo. La radio y los otros son siempre así, mientras en la Internet buscá de todo tipo. Es más completo.

(Fabián, estudiante, 20 años)

P: ¿para ti cual es el medio más importante?

R: en este momento yo creo que Internet, o sea es que depende po, porque en la televisión muestran un enfoque totalmente diferente po...

(Natalia, estudiante, 22 años)

En definitiva asociamos aquí a la televisión con los más viejos y a Internet con los más jóvenes. Principalmente su uso está determinado por la brecha digital generacional, los jóvenes que nacieron en la era de Internet la manejan a la perfección y a los más viejos les cuesta mucho más.

Maximización de los hechos o noticias

Acerca de los sucesos y las noticias que se muestra en los medios de comunicación la mayoría de los entrevistados al ser consultados opina que existe una maximización sobre todo de hechos de violencia o noticias sobre ellos. Esta maximización es llevada a cabo de varias formas: aumentando el tiempo en que aparece un hecho al aire, por ejemplo una noticia de un homicidio o sobre abusos sexuales a menores generalmente dura unos 5 a 7 minutos; posicionándole en los primeros lugares en la agenda noticiosa, generalmente estas noticias se muestran al comenzar el noticiero; la repetición de ellas durante varios días y en varios canales.

Lo que más muestran, como lo que más ha salido es lo mismo que vemos en las noticias ¿qué se ve? puros accidentes, pura muerte, puras desgracias, y eso igual da miedo po, y tú dices, pucha igual al final salgo a la calle y me voy a morir igual, al final sabes lo que te va a pasar... (Jorge, trabajador, 27 años)

⁶ Para mostrar un diálogo entre el entrevistador y el entrevistado, se ha utilizado la letra “P” (de pregunta) para señalar al entrevistador y la letra “R” (de respuesta) para designar al entrevistado.

La tele está dándole todos los días, le están dando y ¿qué es lo que pasa? Claro, que mucha gente está tomando temor por lo que sale en la tele, lo que dice y lo que está en la pantalla allá en la palestra es la delincuencia y la cuestión de la pasta base, que aquí no es tanto, aquí es más piola. (Manuel, trabajador, 35 años)

Si tú ves hay una semana, ves el día lunes las noticias y las ves el día viernes y son más o menos repetitivas, o sea, puede cambiar el escenario, puede cambiar la ciudad, pero la noticia siempre es la misma, y el medio busca, o la gente que informa busca ese tipo de noticias que son alarmista porque eso les aumenta el rating. (Cristián, empresario, 57 años)

También hay programas especializados en televisión, donde se muestra el trabajo de policías persiguiendo a delincuentes, como el programa de Megavisión “Atrapados por la realidad”⁷, mostrando lo necesarios y eficientes que son, sin embargo, varios entrevistados expresan que la imagen que se muestra de los funcionarios policiales no es real y se ocultan muchos otros procedimientos, algunos incluso ilícitos.

P: ¿Qué opina usted de los programas de policías en la televisión?

R: mira, antes no estaban pero si bien es cierto, todo lo que veo, ahí es donde pienso que esta la maldad, en el sentido de que te muestran tantas cosas po... a ver, del cien por ciento, el ochenta, setenta por ciento es todo maldad ¿cierto?, y la pregunta mía es, cuando muestran tanto de tanto, no sé po, dos mil kilos de marihuana, encontramos esto, ya y te lo muestran y todo, tanta cachá de delincuentes, la pregunta mía, si cada vez sales encontrando dos mil o tres mil kilos de pura droga ¿cierto? Oye al ratito o a la semana después ya anda rondando la misma cantidad de droga po, entonces mi pregunta es, ¿por qué eso no se hace más público, más con la televisión? que toda esa droguita la pesquen ¿cierto? y la queman a vista y paciencia por la tele. (Manuel, trabajador, 35 años)

Bueno, por ejemplo todos esos programas estilo “Atrapados por la realidad” que han salido, y que más encima lo dan en todos los canales, el mismo formato de programa, de delincuencia, de la PDI [Policía de Investigaciones de Chile] como que te muestran pura delincuencia y eso hace que a la gente le de miedo... (Camila, estudiante, 21 años)

⁷ Se refiere a “133, Atrapados por la realidad”, programa de televisión transmitido en canal Mega, que muestra el trabajo de Carabineros de Chile principalmente en la persecución de delincuentes.

Indistintamente de la categoría analítica de los entrevistados, hay un reconocimiento generalizado de que los medios maximizan las noticias en la televisión

La encrucijada de informarse

El problema que surgió de las entrevistas fue acerca de dos puntos encontrados: la obligación de informarse versus qué es lo que se informa.

Los entrevistados reconocen que existe un flujo abundante de noticias o información relativo a violencia, pero no todo es así, también hay otro tipo de información que es importante y necesaria de obtener. La información sobre política y sobre otros asuntos también le interesa al público, sin embargo viene adjunta y mezclada a información sobre hechos violentos por lo que es difícil hacerle el quite.

Hay que darse cuenta que lo que te muestran no es tan cierto po, no todas las cosas que te dicen las noticias son ciertas. Siempre te lo agrandan entonces uno tiene como que ver por sus propios ojos. (Fabián, estudiante, 20 años)

También tengo la necesidad de informarme, ¿me entiendes? O sea a la vez es como un miedo a no saber y si sé tengo miedo, una cosa así. Entonces...no hay como achuntarle... No. ¡La sociedad esta en crisis! (Daniela, estudiante, 21 años)

P: ¿y por qué poco consumismo de los medios?

R: ¿por qué el poco consumismo? Porque si tú ves hay una semana, ves el día lunes las noticias y las ves el día viernes y son más o menos repetitivas, o sea, puede cambiar el escenario, puede cambiar la ciudad, pero la noticia siempre es la misma, y el medio busca, o la gente que informa busca ese tipo de noticias que son alarmista porque eso les aumenta el rating. (Cristián, empresario, 57 años)

Esa es la encrucijada, ¿informarse incluyendo las informaciones referentes a delitos o violencia o simplemente no informarse de nada? Muchos se sienten obligados consumir los medios tradicionales de información argumentando que es la única forma de informarse bien y

que ver noticias violentas no es un gran costo a asumir por obtener otras informaciones que sí les son importantes.

Es importante distinguir que dentro de esta encrucijada son las personas de clase trabajadora quienes están más expuestos a la televisión abierta debido a la falta de capacidad adquisitiva de televisión por cable por ejemplo o servicio de Internet.

P: ¿usted ve televisión? ¿Cuales son los medios que más consume usted?

R: la televisión mas que nada, porque por el mismo trabajo no, los diarios, el Internet todo eso no están al alcance po, estamos siempre en faenas, fuera de la ciudad...

Y por el contrario las personas de clase empresarial y burocrática están menos expuestas a la televisión abierta porque su capacidad adquisitiva les permite optar por otras plataformas informativas como la TV por cable o Internet.

CNN es mucho mejor para informarse o si no Internet... (Mauricio, estudiante, 24 años)

P: ¿de qué modo se informa usted?

R: prefiero verlo por internet, si po, el diario es mucho menos alarmista que la televisión.

P: ¿los diarios online?

R: los diarios online.

P: ¿Cómo cuales por ejemplo?

R: claro, El Mercurio, La Tercera, no sé po, los que son más... más conocidos. (Cristián, empresario, 57 años)

Predisposición de los medios a la violencia

La mayoría de los entrevistados se da cuenta y asume que los medios están cargados a los hechos de violencia. Existe una predisposición de ellos a mostrar este tipo de informaciones porque eso es lo que vende y obviamente esta venta, trae beneficios a quienes están en posesión o en control de los medios de comunicación.

P: ahora, volviendo al tema de los medios, ¿tú crees que muestran demasiada delincuencia, excesiva?

R: si

P: y ¿cuál crees tú que es el canal que más muestra, el rey de la delincuencia por así decirlo?

R: TVN puede ser, es que como no veo mucha tele, pero mi mamá siempre ve el TVN, y el Mega que era el que tenía el programa de los pacos, que fue el primero y el Chilevisión tenía el de la PDI...

P: ¿Canal 13, no? ¿O los cuatro en general? Bueno la Red tiene puras películas...

R: lo único que sé es eso, que la Red es el que menos tiene

P: pero entonces, entre los distintos medios, la televisión es la que la lleva entonces...

R: si

P: ¿más que el diario, más que la radio, más que Internet?

R: definitivamente si

P: por eso prefieres tú informarte por Internet?

R: exacto, porque no hay tanto como prensa roja, hay más variedad... (Camila, estudiante, 21 años)

Como que son súper morbosos en la televisión, les gusta mostrar... en las noticias sobretodo hay mucha morbosidad... por ejemplo, muestran los muertos y eso es morbo igual po, y eso es solo para captar la atención de la gente. (Carola, estudiante, 22 años)

[En los noticieros] no saben qué mostrar, como media hora más o menos, porque media hora de deportes, 15 minutos de noticias reales, y las otras son puras tonteras, o sea los medios de comunicación, malísimos, o sea la televisión po, las noticias en la televisión son malas, yo digo los canales Chilevisión, Mega, el 13, y TVN, ¡los nacionales!... por el diario, CNN, es mucho mejor (Mauricio, estudiante, 24 años)

P: ¿que opinas tú de los noticieros de las nueve?

R: ah ya, tengo un drama con los noticieros de las nueve porque... no me gusta verlos por el motivo de que te muestran puras catástrofes, no te muestran nada de cómo Chile ha crecido, Chile, no sé, ha aumentado un uno por ciento antes era un país subdesarrollado, algo así. Esto que, no sé, que robaron acá, que este mató a este, que acá violaron a esta otra niña.

P: ¿Solamente hechos de violencia?

R: Claro, hechos de violencia y catástrofe, y robos y todo el cuento. (Daniela, estudiante, 21 años)

P: claro, y ¿qué es lo que más se ve en las noticias?

R: ¿aparte de la política?

P: ¿si?

R: ehh, bueno, los accidentes, lo primero que está cuando tú prendes la tele, lo primero que está, los accidentes, los robos, por lo menos en Santiago. (Manuel, trabajador, 35 años)

Hablan mucho con respecto a la delincuencia, que no es tan así porque la mayoría son todos casos aislados porque en el país de todos los habitantes que tenemos ¿Cuántos casos ocurren en el día? Uno, dos o tres casos de delincuencia pero la tele lo hace aparecer como que estamos rodeados de delincuencia en todas partes, que ya no podemos vivir y no es tan así... (Isabel, dueña de casa, 53 años)

Principalmente las respuestas de los entrevistados dan como resultado que los beneficiarios de esa venta de violencia mediática son los mismos medios de comunicación e indiscutiblemente sus propietarios y el gobierno.

La violencia por si misma es llamativa y a la gente le interesa estar al tanto de los eventos delictuales o violentos que se han llevado a cabo.

El primero de ellos obtiene un beneficio económico, gracias a que la violencia es una fuente de interés para las audiencias, y mostrar este tipo de contenidos les hace incrementar su poder de llegada al público lo que se traduce en mayores auspiciadores, más venta de propagandas y anuncios publicitarios⁸ y por lo tanto incremento de los ingresos.

El gobierno por su parte obtiene un beneficio político, porque sus mensajes referentes a políticas y decisiones con respecto a diversos temas de interés nacional son difundidos principalmente por los medios de mayor audiencia, la televisión y la radio, lo que posibilita el ejercicio de gobernar. Otro beneficio que obtiene el gobierno es el apoyo a sus decisiones en cuanto a temas de seguridad y violencia, gracias a que el panorama que se muestra en los medios es de abundante violencia e inseguridad, muchos sentirán que el incremento de policías en las calles y el endurecimiento de las leyes es una correcta decisión para enfrentar el problema y así minimizar la crítica en su contra.

⁸ Los medios de comunicación se sostienen económicamente gracias a la venta de espacios publicitarios al aire o en circulación y que tienen un precio de acuerdo a la cantidad de público a la que llega ese mensaje. La televisión es muy cara porque es vista por millones de televidentes.

2. Pensar y sentir sobre el miedo.

El estereotipo “flaite”

El principal enemigo de los gobiernos en democracia en Chile, es decir, desde terminada la dictadura hasta la actualidad, se configura en torno a un estereotipo muy particular, “*el flaite*”⁹: el joven varón, entre unos 15 a 24 años de edad, generalmente moreno, proveniente de poblaciones periféricas, en las que predominan la pobreza y la droga, vestido con algunas prendas deportivas de marca (gorros, zapatillas o chaquetas Nike, Puma, Adidas u otras marcas famosas) y que generalmente transitan en grupo.

Los medios de comunicación han contribuido enormemente a la formación de esta noción de a quién se considera delincuente, una idea basada y fundada en los temores de quienes ostentan el poder de la propiedad privada, poder cuya magnitud se forjó en la dictadura militar, como el caso de *El Mercurio*, cuyo dueño Agustín Edwards ayudó con su contra propaganda al derrocamiento del gobierno de Salvador Allende y que posteriormente en democracia dio vida a la Fundación Paz Ciudadana, entidad encargada de la lucha contra un nuevo enemigo interno, el delincuente, y que penetró potentemente con su concepción de lo delictual en los medios de comunicación y el gobierno (Guzmán y Ramos, 2000).

En una entrevista a Rogelio Baeza, director de la comunidad Tiempo Joven, realizada por los autores de *La guerra y la paz ciudadana* (Guzmán y Ramos, 2000), hace una reflexión sobre el tema de la seguridad ciudadana y el enemigo al que nos vemos enfrentados: “Así como la izquierda fue el enemigo interno en un contexto donde el principal valor de Estado era el control del poder, hoy tenemos que el joven es el enemigo interno de un Estado donde el principal valor es la propiedad” (*Op. cit.* p. 175).

Finalmente esta forma de diferenciar al delincuente del resto, ha quedado plasmada en el colectivo nacional.

Al hacer la pregunta sobre qué le causa miedo o temor este estereotipo queda en evidencia:

⁹ La palabra *flaite* tiene dos posibles orígenes. El primero, de la palabra inglesa *flighter* cuyo significado en español es “volador” y hace referencia precisamente a los consumidores de marihuana que generalmente son de poblaciones periféricas o populares. El segundo proviene de la puesta de moda en los 90 de las zapatillas *Nike Air Flight* (otros dicen que las zapatillas se llamaban *Fly Tech*) entre los jóvenes de estratos bajos y cuya versión pirata, *Flight Air's*, da origen al término *flaiteirs* que finalmente deriva en *flaite*.

P: Si hay un tipo que te quiere asaltar por ejemplo. ¿Cómo te imaginas tú a esa persona? ¿O al grupo que te quiere asaltar?

R: Al tipo flaite no más, al que siempre muestran. Por ejemplo si ves a un flaite te imaginas al tiro que te puede cogotear. (Fabián, estudiante, 20 años)

P: y ¿qué otras cosas que aparezcan en televisión te dan miedo?

R: el tema de la delincuencia igual po, sobretodo, no se po... los adolescentes que asaltan las micros, todo eso... (Carola, estudiante, 22 años)

Yo tengo como un cierto rechazo, cuando uno ve como gente flaite y todo po, trato de alejarme porque me dan desconfianza. (Natalia, estudiante, 22 años)

P: ¿cómo te imaginas a una persona que te quiera asaltar?

R: Me la imagino vestida de la U, fumando, con una cara de euforizado y que me quede mirando... es que de por sí, cuando a uno le van a hacer algún daño o algo así, como que uno lo percibe. Como que uno tiene un sexto sentido, entonces si alguien te queda mirando raro... pero de todas maneras se me viene la imagen de un flaite o un wachituro¹⁰. (Daniela, estudiante, 21 años)

Cada cierto tiempo la televisión va mostrando una especie de representante del delito, que siempre es un joven o adolescente, que ha sido abandonado por las oportunidades de la vida y que constantemente está dando que hablar. Uno de esos casos fue el de “El Cisarro”, un adolescente de unos 14 años de edad que cometía robos y que entraba y salía del sistema judicial como salir y entrar en su casa. Este personaje dejó la noción de que la delincuencia es principalmente una cosa de jóvenes con estas características.

P: ¿qué opina usted de “El Cisarro”?

R: bueno no solamente “El Cisarro”, si hoy día la delincuencia está en los menores de edad más que nada, eso si que... de hecho ni el Sename es seguro po, si esas casas de acogida que tienen pa los niños no funcionan po, se les arrancan, eso debería ser un tema muy... que deberían darle mas auge, ver modos de cómo solucionar ese problema porque ese es el tema que nos está

¹⁰ Término también utilizado para referirse a jóvenes de poblaciones periféricas. Nace de una moda musical popular de Argentina que llega a Chile en 2011 y es adoptada rápidamente por este tipo de jóvenes.

atemorizando prácticamente a todos, porque esos niños de ahora en un par de años más ¿qué van a ser?

P: ¿un personaje como ese puede dar miedo entonces?

R: si, obvio que si. (Héctor, trabajador, 59 años)

Derecha e Izquierda

Durante la realización de la entrevista, fue posible notar que la elaboración de las respuestas por parte de los entrevistados estaba en cierto modo determinado por la orientación política de estos, de este modo fue posible reconocer respuestas de “derecha” y de “izquierda” con respecto al problema del miedo y también muy referente al tema de la seguridad en las ciudades.

Dentro de las respuestas que se pueden considerar como orientadas hacia la derecha política encontramos algunos tópicos comunes, siendo estos por ejemplo: que la solución de los problemas de delincuencia radica en endurecer las leyes y en aumentar de la dotación de Carabineros en las calles; que los medios de comunicación solo cumplen su rol informativo; el apoyo a las medidas de seguridad tomadas por el gobierno (de Sebastián Piñera); la elución de referirse a temas como la dictadura militar, entre algunas otras.

P: tú personalmente ¿crees que deberían haber más carabineros?

R: si po, deberían haber po, haber así por cada sector un... un... haber una garita de los Carabineros así, no se ve, no se ve, no se ve donde están po. (Jorge, trabajador 27 años)

[La televisión emite algunos contenidos] como advertencia, pero de que te inculquen miedo, por eso muchas veces va a tomar... la persona como lo esté escuchando va a ver como lo recepciona él y de qué forma lo va a canalizar después po, pero yo creo que más que miedo, es informar. (Rolando, empresario, 46 años)

P: ¿por qué crees que los adultos tienen más miedo con respecto a salir a las marchas?

R: como que se quedaron con lo que les pasaba antes... un poco por miedo...

P: ¿miedo a qué? ¿a ser reprimido tal vez?

R: a lo que pasó hace muchos años atrás... [En referencia a la dictadura militar]

P: ¿te refieres a que ese miedo está presente cuando la gente sale a marchar?

R: ¡oye si no estamos hablando de política! (Natalia, estudiante, 22 años)

Las respuestas que son más cercanas a una orientación de izquierda tienen algunos temas también comunes y que son más bien opuestos a los anteriores y principalmente abogan por un origen y una solución de corte más social a los problemas del miedo y la inseguridad en las ciudades, siendo algunos: que el origen de la delincuencia y por ende el miedo que emana parten en la desigualdad social y económica y por tanto la solución no está en endurecer las leyes sino en lograr una mayor equidad; que los medios de comunicación “inflan” la información o muestran demasiados hechos noticiosos delictivos y de violencia y son dependientes de quienes controlan el país; la clara referencia a la época de la dictadura militar como el origen histórico de la situación actual; expresar claramente su posición dentro de la sociedad como clase trabajadora y por tanto la más perjudicada en la balanza de la equidad; entre otras.

Pienso que en la tele, y sobretodo en esos programas de políticos, es que... como te digo, hay mucha maldad, mucha mentira hacia nosotros los trabajadores... pucha, pa' mi del presidente, todos los que son del senado, para mi son todos una mangada. (Manuel, trabajador, 35 años)

Los políticos justifican los actos que ellos tienen con los policías, de que por ejemplo los mismos Carabineros salgan a maltratar a la gente, entonces ellos justifican eso con la sensación de delincuencia. Porque ellos dicen que hay mucha delincuencia y tenemos que actuar así, y ahí se justifican ellos y ahí ganan ellos, o sea es como estar dándoles la razón. (Isabel, dueña de casa, 53 años)

Yo no ganaría nada con enaltar las rejas, si alguien quiere hacer algo en una casa lo va hacer igual, o quiere robar va a robar igual, aunque tengan alarmas, rejas, todo... (Isabel, dueña de casa, 53 años)

P: ¿Tú pensarías que controlar la delincuencia con más Carabineros en las calles es adecuado?

R: No, porque si los delincuentes quieren robar, o hacer otra cosa, van hacerlo igual, van a pasarlos a llevar... siempre va haber delincuencia y cada vez más, yo pienso que puede ser por una cosa de cultura también, en ciertos sectores bajos de la sociedad. (Camila, estudiante, 21 años)

El año 2011 muy marcado por el Movimiento Estudiantil y por su gran capacidad de convocatoria en las marchas fue un tema muy hablado en cuanto a como se le mostró en la televisión, y principalmente las críticas de esa forma de mostrar las marchas proviene de la izquierda, básicamente porque las manifestaciones en las calles tenían mucho tono de este sector político, recordemos que Camila Vallejo, presidenta de la CONFECH en ese momento, pertenecía a las Juventudes Comunistas quien dirigía el movimiento junto a varios otros dirigentes estudiantiles de izquierda.

Lo que pasa con las marchas por ejemplo, en las marchas siempre se destaca lo malo, lo que viene después de ellas, entonces eso como que generaría miedo en las personas porque siempre van a decir “ah va a quedar la cagá, se van a poner a pelear con los pacos”... nunca destacan los puntos buenos de las noticias. Lo malo, veinte minutos, lo bueno un minuto. (Fabián, estudiante, 20 años)

Los de la tele abierta muestran como lo que el gobierno quiere... porque mira, si hay marchas en Santiago, por ejemplo de las represas, hubo no se cuantas cuestiones, y quedan con eso de que se juntó mucha gente pero que hubo muchos destrozos, pero el que no estuvo en Santiago y no vio eso... o muestran por ejemplo en la región, en Valdivia, destrozó, en Temuco, destrozó, se quedan con lo de la tele no más po, porque nadie más les cuenta (Mauricio, estudiante, 24 años)

Mujeres y viejos miedosos y el “hombre violado”

Una de las grandes ventajas que se logró en la investigación fue hacer una clasificación de los entrevistados en hombres y mujeres y a la misma vez en jóvenes, adultos y viejos (nativos, inmigrantes y analfabetos digitales) lo que permitió una profundización en el miedo de acuerdo al género y a la generación. De tal forma, se logró evidenciar que la sensación de miedo social es doble en los más viejos y en las mujeres.

Llama mucho la atención que el principal miedo, el más generalizado sin distinción de género o generación, como quedó expuesto en un apartado anterior, es el miedo al *flaite* y a que este personaje pueda cometer un asalto, un robo con violencia o un homicidio.

Los más viejos sienten mayor temor debido a cuatro razones fundamentales: primeramente su condición de mayor edad y obviamente deterioro de salud como el caso de los más ancianos, les hace sentir más vulnerables y débiles ante cualquier situación peligrosa y ser blanco fácil de un acto violento o delictual; segundo, su condición de padres y abuelos los hace velar por sus hijos y nietos además de velar por la seguridad propia, sentir que en cualquier momento puede vulnerarse la integridad de su familia; en tercer lugar, su condición de ser generacionalmente más antiguos no les favorece el acceso a otros medios informativos como Internet, y se ven obligados a informarse en los medios tradicionales donde se es testigo de un sinnúmero de hechos violentos, convirtiéndose en blanco fácil de atemorizarse; y cuarto, su nivel educativo, menor que el de los más jóvenes, les impide ahondar, reflexionar o investigar sobre temas relacionados con inseguridad o violencia.

Yo creo que a medida que vas madurando, que vas envejeciendo, llámalo como quieras, la gente se va poniendo un poco más temerosa... porque pienso que es natural, tienes muchas responsabilidades, entonces bueno... porque cuando eres mayor mucha gente depende de ti también po, entonces los temores yo creo que se van acrecentando. (Cristián, empresario, 57 años)

El caso de mis abuelos, por ejemplo, ellos se quedan con lo de la tele y después dicen algo así como “supiste lo que pasó no sé donde”, “cuidate hijita”, “no te vayas tan tarde caminando”, cosas así, o se sienten inseguros, ellos no tienen alarma, no tienen nada. (Camila, estudiante, 21 años)

He conversado más con mi familia, yo converso más con mis hijos, que es peligroso salir muy tarde en la noche o en las condiciones que ellos anden, por las calles que ellos caminen... (Isabel, dueña de casa, 53 años)

Otro aspecto que es interesante es el que, graciosamente, se ha bautizado como “el hombre violado”, y que hace referencia al temor de las mujeres y nació de las palabras que ellas mismas han expresado al ser entrevistadas.

El miedo de las mujeres también es doble. Al miedo común a hombres y mujeres, se le suma este miedo que sólo dicen sentir ellas: el miedo a una violación o al abuso sexual en su contra.

Todo parte desde la idea existente en nuestra cultura occidental de que la mujer es “el sexo débil”. Gracias a que la sociedad está construida bajo conceptos machistas y patriarcales las mujeres siempre han quedado relegadas al espacio doméstico, dedicadas al cuidado de los hijos y a las labores de la casa, convirtiéndose este espacio doméstico en un espacio de seguridad para ellas. La construcción del estereotipo del delincuente, el *flaite*, recayó en un personaje varón (y con justa lógica, obviamente una mujer, en el contexto de esta sociedad no representaría mayor amenaza) lo que significa que si este personaje siguiese sus instintos sexuales, sería capaz de atacar a las mujeres, su sexo opuesto.

Las mujeres, encuentro yo, que se sienten más inseguras porque ¡imagínate! De repente va una pandilla de hombres que pueden hacerte algo, no sé po... en general porque representamos como más debilidad, eso debe ser... porque nunca he escuchado que un hombre diga “¡ay, una mujer me violó!” jaja o algo así. (Camila, estudiante, 21 años)

Ponte tú, si a un hombre le roban, encuentra que tiene menos miedo de hacer algo para evitar eso, en cambio la mujer es como que, o sea no digo todas, porque yo no, como que se bloquean más fácil y no hacen nada, y eso pasa porque las mujeres somos más débiles, físicamente... además porque hay un estudio científico que dice que la mujer es más histérica y neurótica que los hombres, el hombre es neurótico pero no es histérico, las mujeres pierden más rápido la calma que los hombres. (Carola, estudiante, 22 años)

P: ¿tú crees que la mujer es más vulnerable que el hombre en las ciudades?

R: Sí, yo creo que sí. Pero por el hecho de que salen solas y la misma sociedad las ha hecho ser así. Algunas se asumen vulnerables y el hombre asume que son vulnerables...

P: Pero en general, el miedo ¿está más enfocado en las mujeres?

R: Yo opino que porque siempre dicen “no salgas sola”. Por lo menos a mi cuando salgo me dicen “bueno ¿y con quién vas?” y yo digo “con un compañero” y dicen “¡ah, bien!”. O cuando digo “con una compañera” dicen “¿y no van con un compañero?” como porque es hombre va a ser dios y nos va a salvar y nunca piensan que puede ser el primero que arranque.

(Daniela, estudiante, 21 años)

Nunca he escuchado un caso de una mujer que haya violado a un hombre. O sea ¡yo no lo he escuchado! (Daniela, estudiante, 21 años)

Una gran parte de las entrevistadas reconoció temer mucho a un posible acto de violación y de ser blanco de ese tipo de agresión debido a su condición de género. Ellas reconocen ser, como mujeres, las únicas que pueden ser víctimas de un hecho de ese tipo, y admitir que nunca han sabido o escuchado de que hayan violado a un hombre. El “hombre violado” no existe.

3. Los sucesos ocurridos al entrevistado.

Frecuencia de hechos violentos

A pesar de todo lo anterior, y a pesar de que el miedo ya está instalado muchos entrevistados admiten que nunca o muy pocas veces han sido víctimas de hechos de violencia en su contra o en contra de un familiar, amigo o conocido.

Es muy fácil encontrar respuestas donde el entrevistado asegura que el miedo que siente es debido a la perspectiva del mundo que se muestra en las informaciones que emiten los medios de comunicación, que no proviene de ninguna experiencia personal y que en muy pocos casos proviene del rumor o de alguna experiencia sufrida por un amigo o conocido.

P: ¿y a ti nunca aquí en valdivia te han asaltado?

R: no, nunca, bueno me han entrado a robar a la casa pero no estaba y más encima siendo calle principal, casa pareada, casa esquina y mi perro ladraba caleta, pero siempre, entonces mis vecinos pensaba que era normal que estuviera ladrando. (Camila, estudiante, 21 años)

P: ¿te han asaltado a ti alguna vez?

R: no, pero pasando por ahí han asaltado al lado mismo, viste que es afuera de los liceos.

P: ¿en el [Liceo] industrial?

R: porque de ahí mismo he salido yo po, porque a mi me han asaltado ahí po, más para allá.

P: ¿la dura, te han asaltado?

R: si, y eso que han estado aquí mismo en Arauco, están todos los malandras. (Jorge, trabajador, 27 años)

P: pero ¿te han hecho algo, o es como el miedo que tu sientes al estar ahí? [Refiriéndose a poblaciones como Yáñez Zabala o Norte Grande]

R: no po, a mi no me ha pasado nada, pero sí a personas que me han contado que le han pasado cosas, las han asaltado y les han pedido plata y si no les dan los asaltan no más po. (Natalia, estudiante, 22 años)

P: Tú me contaste que una vez estabas en tu casa y había un grupo de flaites en una esquina

R: sí

P: y ¿que te paso ahí?

R: estaban afuera de mi casa, estaban bebiendo y de repente choco una piedra en el techo, que fue lo más trágico que ocurrió. Entonces yo estaba conectada en las redes sociales y estaba conversando con mis amigos y entonces yo como que trataba de sentirme acompañada a través de eso, igual no son malas aparte que te informan te pueden ayudar a muchas cosas y aparte sociabilizar con la gente más cercana, con tus conocidos, tus amigos, tu familia...

P: Pero ¿sentiste miedo?

R: Si, si sentí miedo. Porque estaba sola entonces en cualquier momento, no sé, podría haber habido una estampida y entraban todos y hubieran quebrado los vidrios y chao.

(Daniela, estudiante, 21 años)

Yo he escuchado casos en los colegios, donde los colectiveros han violado niñas, niñas caminando por la costanera han sido asaltadas, apuñaladas... (Daniela, estudiante, 21 años)

Debemos entender entonces que no existe una relación de proporcionalidad entre los hechos ocurridos a los entrevistados y el miedo que sienten a esos mismos hechos.

Si esto lo llevamos más allá podemos llegar a la deducción de que en un nivel mayor, por ejemplo a nivel país, esta relación de proporcionalidad tampoco existe, en otras palabras, los niveles de sucesos violentos ocurridos a las personas no se corresponden con los niveles de miedo o inseguridad que sienten esas mismas personas respecto de los mismos sucesos.

Un estudio del Centro de Estudios Públicos (CEP) en conjunto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) realizado en 1997, mostró cómo el miedo de los encuestados era totalmente opuesto a la realidad (tablas 5 y 6).

Tabla 5: ¿Cuán probable cree que usted o alguien de su hogar pueda ser víctima de...

| | Muy o bastante probable | Poco o Muy improbable | No sabe / No contesta |
|--------------------------------------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Un robo en la calle | 78,1 | 20,9 | 0,9 |
| Un robo al interior del hogar | 61,8 | 37,0 | 1,2 |
| Una agresión sexual | 47,2 | 51,0 | 1,8 |
| Otro tipo de agresión | 39,8 | 58,5 | 1,7 |

Fuente: Guzmán y Ramos, 2000, p.74, basado en Encuesta Nacional sobre Seguridad Humana CEP-PNUD 1997

Aquí se aprecian cifras muy altas con respecto a la creencia de poder ser víctimas de algún suceso violento en comparación por ejemplo con el siguiente cuadro, también en el libro *La guerra y la paz ciudadana* de Guzmán y Ramos (2000)

Tabla 6: ¿Cuántas veces en los últimos 12 meses ha sido usted o algún miembro de su hogar víctima de...

| | Una o más veces | No fue víctima |
|--|-----------------|----------------|
| Un robo sin violencia en la calle | 17,4 | 82,2 |
| Un robo con violencia en la calle | 6,0 | 93,7 |
| Un robo sin violencia en el hogar | 6,0 | 92,6 |
| Un robo con violencia en el hogar | 0,3 | 99,3 |
| Una agresión sexual, violación | 0,9 | 98,8 |
| Otro tipo de agresión | 2,5 | 96,9 |

Fuente: Guzmán y Ramos, 2000, p.74, basado en Encuesta Nacional sobre Seguridad Humana CEP-PNUD 1997

Esto da cuenta entonces de que no son los sucesos violentos en sí los que son capaces de generar el alto nivel de miedo que existe sino que es generado por una amplificación de esos sucesos la que es efectuada por los medios y a su vez por las diferentes formas en que corre la información, entre ellas el rumor.

4. Actitudes, conductas y comportamientos sobre el miedo.

Estrategias frente al miedo

El tema interesante en esta temática es la elaboración de estrategias para enfrentar el miedo. Con el fin de evitar la inseguridad, principalmente en la calle, se recurre a conductas evasivas de ciertas personas, en conformidad con el mapa mental que se tiene del peligro. Básicamente, la mayoría de estas conductas, consisten en apartarse físicamente de un posible agresor. Esto se relaciona con el estado de segregación social en que vivimos actualmente. Se trata de evitar al diferente, alejarlo lo más que se pueda de un nosotros, lo peligroso.

P: ¿Haces cosas que antes no hacías por culpa del miedo?

R: Sí yo creo que uno se persigue más, anda a la defensiva en la calle. Antes cuando veía dos personas pasaba como si nada, ahora empiezo como a mirar, perseguirme. Tratando de andar lo más lejos posible. (Fabián, estudiante, 20 años)

Tal vez la típica esa de salir solo. Siempre cuando sales con amigos andas más relajado, cuando andas solo, andas mirando para todos lados. Pasan hueones al lado tuyo y uno se persigue al tiro, la cosa es no salir tan tarde y solo. (Fabián, estudiante, 20 años)

Cuando viene un grupo de hombres, uno trata de evitarlos, cruzai la calle o no sé po... (Camila, estudiante, 21 años)

Por ejemplo yo, antes en mi mochila, yo llevaba todas las cosas en los bolsillos de afuera, la billetera, porque era como lo más rápido, llegar y sacar, pero ahora ya no po o sea ahora trato de salir con un banano, ando con mis bolsos cruzados o paso por calles que no sean como tan apartadas. (Carola, estudiante, 22 años)

Mira la mejor protección para eso es no andar metido en nada no más y vivir su vida como uno la lleva mejor no más, yo, mira, vivo donde está... donde... donde las papitas se queman todos los días, entonces, el que busca encuentra... y mucha gente que le gusta buscar, va a meterse donde no tiene que meterse y meterse con gente que tampoco tiene que meterse, entonces uno tiene que ser más humilde y hacerse el hueón no mas po... tratar de vivir y hacerse

el loco no más porque el que busca encuentra, así es como mucha gente se ha metido en la cuestión po. (Manuel, trabajador, 35 años)

P: ¿ha dejado de hacer algunas cosas por miedo?

R: sí po, por ejemplo salir de noche.

P: y en su casa ¿Ha hecho algo para evitar algún tipo de riesgo?

R: claro, en todo caso yo tomo algunas precauciones, como dejar cerrada las puertas, cerrado el auto, los portones de la casa, esas cosas pero hasta ahí no más, no poner alarmas, ni cosas así no. (Isabel, dueña de casa, 53 años)

Llama también la atención que un entrevistado en particular, en su afán de no ser víctima de delincuentes o para evitar sentir miedo, elabora alguna estrategias como por ejemplo mostrarse como una persona con pocas cosas de valor y despreocupadas.

P: pero por ejemplo sales tú en las noches, ¿sales con cuidado mirando si alguien te sigue?

R: no se... salgo con lo puesto no más y no sé, bueno la billetera y celular, despreocupado... (Jorge, trabajador, 27 años)

No, al contrario, no nada de eso [poner rejas, etc.], trato de que no mostrar ehh que se vea así, que se vea la plata no mas, no. No, por no desperfilar mi casa, por dentro la tengo a todo lujo se puede decir, pero afuera esta que se cae la casa si... ves es como un disfraz, a lo mejor se puede decir que soy un disfraz pero así es mi estilo de vida, ¿cachai? (Jorge, trabajador, 27 años)

P: y en tu vida cotidiana ¿tú como persona usas también ese disfraz o no?

R: mira la verdad es que eso uno lo cultiva con el tiempo no más po, pero yo sí ahora me disfrazo...y no, no ando con nada de joyas ni eso po... trato de no... de ser humilde más que nada. (Jorge, trabajador, 27 años)

Esto porque hay una noción de que portar objetos de valor o de ciertas marcas, da un estatus económico elevado y al evitar esos objetos, se evita esa apariencia.

Recordar noticias violentas

Una forma que tiene el miedo de instalarse en el pensamiento de las personas es mediante la memoria que se tiene sobre noticias violentas en momentos en que se cree se está en peligro. Mediante una asociación de la noticia que ha sido vista con la situación que vive la persona, se genera instantáneamente el miedo, sintiendo la persona que aquello que vio en los medios le ocurrirá en ese preciso momento. Las noticias violentas o informaciones referentes a hechos delictivos tienen la capacidad de producir una empatía muy alta entre los televidentes y consumidores de noticieros, esto porque se muestran como situaciones ocurridas a personas comunes y corrientes en lugares comunes y corrientes y dirigidas a personas comunes y corrientes.

Es que igual si ves una noticia impactante y después sales de tu casa, seguro te vas a acordar de la noticia, de lo que pasó y hay que andar con cuidado. (Camila, estudiante, 21 años)

P: Pero eso [los reportajes sobre delincuencia] ¿tu crees que incita al temor?

R: yo creo que si, porque igual si uno está tranquilo, después de ver ese reportaje vas a pensar “¡oye! de verdad puede pasar algo así, podríamos prevenir” (Camila, estudiante, 21 años)

¿Usted ha visto esos reportajes de unos malandras que le roban la plata de la jubilación cuando uno va a pagarse? Eso mismo a mí me da miedo, porque como uno ya es de edad no puede defenderse po... ¿Qué va hacer ahí? No puede hacer nada po... imagínese. (Felicía, dueña de casa, 72 años)

Simbolización de los espacios y los tiempos

Una plaza oscura, una calle solitaria o lejana, un boliche nocturno, son los escenarios que más se nos muestran como posibles donde se llevan a cabo hechos peligrosos para las personas.

“La simbolización del espacio es un proceso que remite al establecimiento de límites, fronteras y umbrales, proceso íntimamente ligado a la identidad y a la diferencia, a la relación del sí mismo/ nosotros con los otros. En relación con el miedo podríamos decir que existe una topología que va, en términos generales, desde la intimidad y seguridad del espacio privado de la

casa hacia la inseguridad generalizada y anónima del espacio público de la ciudad, pasando por el barrio como ámbito mediador de ambos polos” (Segura, 2009 p.66).

Los mismos escenarios que anteriormente fueron mencionados pasan a ser estigmatizados, ya no como posibles lugares de peligro, sino como lugares de peligro de por sí, con una carga negativa intrínseca. Queda instalada de forma definitiva la idea de que estos lugares (plazas oscuras, calles inhóspitas, barrios periféricos) son los lugares concretos donde ocurren las agresiones, donde actúan los delincuentes y por lo tanto ya no se puede visitarlos ni transitar por allí. También existe el razonamiento de que las ciudades más grandes, como Santiago por ejemplo, son mayores fuentes de temores que las más pequeñas, en este caso como Valdivia.

Es mucho más seguro vivir acá que en Santiago po, una por la cantidad de gente, que claro si aquí hay trescientas mil personas, hay tres delincuentes, pero en una ciudad más grande donde hay seis millones de personas tendrás el equivalente, entonces claro es mucho más notorio es más... más complicado o la gente tiene mayores necesidades que las que hay acá en provincia, tú en provincia te puedes defender de alguna manera del diario vivir en el fondo, porque aquí tienes amistades, tu vas donde un amigo, no sé po, que tiene papas te vas donde él, entonces es un tema que aquí la gente lo puede... subsistir... (Cristián, empresario, 57 años)

A pesar de todo lo anterior, “la ciudad no es significada como peligrosa en su totalidad. Y, aun en el caso de que lo fuera, esto no supone la abolición de viejos estigmas territoriales. La ciudad es segmentada y se señalan las zonas peligrosas, se construyen cartografías del miedo y se despliegan ‘manuales de sobrevivencia urbana’ a base de las mismas. La mayoría de los espacios a los que se les teme fueron ubicados en “el afuera” de la ciudad, topofobia que remite así tanto a la periferia urbana como a zonas específicas —villas y barrios estigmatizados— ubicadas dentro de esa periferia altamente heterogénea en términos socioeconómicos. Se teme a lo desconocido, se teme a lo estigmatizado, y estos dos temores se conjugan a la hora de identificar tales lugares como peligrosos. De hecho, la mayoría de las personas no tiene un conocimiento directo de tales sitios (algunos nunca han pasado por los mismos), ya que no forman parte de sus circuitos cotidianos por la ciudad” (Segura, 2009 p.67). La investigación realizada por Ramiro Segura (2009) da cuenta de este punto en común con la investigación presente aquí. En ambos casos hay una estigmatización de barrios y villas periféricas transformándose esto en una idea establecida

de los lugares peligrosos. Es así como la ciudad adquiere un sentido, una cartografía del miedo (Segura, 2009), una forma segmentada de ver la ciudad, la que es parte de la cultura del miedo.

P: y acá en Valdivia ¿cual crees tu que es el lugar mas peligroso para caminar o para transitar?

R: la Pablo Neruda, la Yáñez Zabala, la San Pedro...

P: y ¿por qué?

R: es que eso es lo que hemos sabido a través de los medios justamente. La radio informa que pasó tal cosa en la Yáñez Zabala, pasó tal cosa en tal población... y es repetitivo entonces, bueno, a mí nunca me ha pasado nada pero es algo que uno va ir analizando y que tiene metido.

P: estás predispuesto o vas preparado pa que te pase algo?

R: claro, con mayor miedo vas a pasar por ahí... (Camila, estudiante, 21 años)

P: ¿Qué lugares tratas de evitar por ejemplo?

R: claro, los lugares donde hay como espacios mas abiertos, cachai, así como bosques, o los mismos parques de acá de Valdivia po (Carola, estudiante, 22 años)

Es mucho más seguro vivir acá que en Santiago po, una por la cantidad de gente, que claro si aquí hay trescientas mil personas, hay tres delincuentes, pero en una ciudad más grande donde hay seis millones de personas tendrás el equivalente, entonces claro es mucho más notorio es más... más complicado o la gente tiene mayores necesidades que las que hay acá en provincia, tú en provincia te puedes defender de alguna manera del diario vivir en el fondo, porque aquí tienes amistades, tu vas donde un amigo, no sé po, que tiene papas te vas donde él, entonces es un tema que aquí la gente lo puede... subsistir... (Cristián, empresario, 57 años)

Lo mismo pasa con los tiempos. El día es mucho mas seguro que la noche. Esto porque también ha quedado grabada en el pensamiento colectivo, que los hechos violentos ocurren de noche y que por ende, la noche es dominio de otros.

P: ¿Ha dejado de hacer algunas cosas por miedo?

R: si po, por ejemplo salir de noche. (Isabel, dueña de casa, 53 años)

P: ¿por miedo dejaste de hacer algunas cosas?

R: Sí, o sea el otro día tomamos en consideración no salir a esa hora, sino salir mas temprano y no ir a la misma parte. [Refiriéndose a salir a trotar a ciertos lugares donde frecuentan jóvenes poblacionales] (Carola, 22 años, estudiante)

Siempre cuando sales con amigos andas más relajado, cuando andas solo andas mirando para todos lados... Pasas hueones al lado tuyo y uno se persigue al tiro, la hueá es no salir tan tarde y solo. (Fabián, estudiante, 20 años)

En todas estos testimonios “se condensa una asociación estable, una constante antropológica, entre la noche y ‘el mal’. La noche es un tiempo en el cual la ciudad se resignifica, aparecen otros actores, y otras prácticas y, para aquellos que transitan a esas horas, la ciudad supone otras precauciones. La noche refuerza el miedo a ciertos espacios y expande el miedo a lugares que a la luz del día no son temidos” (Segura, 2009 p.68)

Preferencia de ver otras cosas

Con el bombardeo de noticias e información sobre eventos delictivos y violentos, muchos se dan cuenta de esta exagerada muestra, y han decidido simplemente por ver otras cosas o buscar las noticias que a ellos les interesa en otros medios como Internet.

Generalmente son los jóvenes, los tienen la facilidad del acceso a Internet, quienes han tenido una postura consciente respecto de cómo se informan y tienen un cierto rechazo a la información proveniente de medios tradicionales. Las principales razones son justamente esta excesiva muestra de violencia y el desinterés en dichas noticias. Este tipo de información al volverse cotidiana hace que los jóvenes se vean forzados a informarse de lo que realmente les interesa por medio de Internet. Un medio que entrega información de forma personalizada y que responde a la necesidad de una información específica sobre temas específicos, y que también tiene espacio para el debate y participación de quien se informa.

P ¿Tienes algunas medidas para evitar sentir miedo?

R: Me desconecto de las redes sociales por un tiempo. (Daniela, estudiante, 21 años)

Yo prefiero ver el Discovery, prefiero ver cualquier otro canal antes que ver ese tipo de noticias por lo que te digo, porque son repetitivas para el mismo año del paro de los estudiantes, que se veía en las noticias todo el tiempo que duró la protesta. (Cristián, empresario, 57 años)

5. Dimensión política de los sucesos que generan miedo de la TV u otros medios

Beneficio económico y político

Uno de los puntos más importantes dentro de lo que se planteó en la investigación, es sobre el beneficio económico y político que obtienen las elites de poder con el proceso de generación de miedo, esto, porque es en la obtención (o mantención) de este beneficio donde radica la principal motivación de las elites de poder para hacer andar esta maquinaria mediática, la que contribuye a mantener su posición en la jerarquía social.

Dentro de los entrevistados, no todos perciben que existe tal vinculación entre los medios de comunicación, las elites de poder y el tipo de información del que son telespectadores o auditores, esta es más bien una información que no está implícita y a pesar de que existe el afán de los entrevistados por explicarlo solo dan cuenta de la punta del iceberg.

Hay quienes divisan que el beneficio es económico, sobretodo para las empresas del rubro de la seguridad.

P: mostrar tanto en las noticias, media hora, una hora de asaltos y cuestiones ¿tú crees que eso le trae algún beneficio a alguien?

R: si po, obvio que si po... a los empresarios po y microempresarios que venden productos de seguridad como Telsur aquí [empresa de seguridad sureña], las mismas alarmas, o chapas, cualquier cosa po, uno onda, preocupado de las ventanas, todo po, y que por ejemplo es un negocio todo esto. (Jorge, trabajador, 27 años)

Yo creo que esto tiene beneficio, obviamente que si po, aumenta el consumismo de cosas de protección po. (Héctor, trabajador, 59 años)

De esta noción de beneficio económico, se saca a resultado que la seguridad se configura como una mercancía, es decir, un producto sujeto al mecanismo de la oferta y la demanda, la cual

se basa en la ilusión de que productos orientados a la protección de inmuebles y personas, ayudará a erradicar la sensación de miedo e inseguridad. Es una ilusión porque en sentido práctico, así como avanzan las tecnologías de artefactos de seguridad (cámaras, cercos eléctricos, alarmas, etc.) avanza también la astucia del delincuente en su tarea de eludir dichos artefactos, es una carrera de nunca acabar; y es una ilusión en sentido social, puesto que la llamada “batalla a la delincuencia” (llamada así por el gobierno) no se ganará con la comercialización o contratación de más productos de seguridad, sino con la implementación de políticas que favorezcan la distribución más equitativa de las oportunidades, la inclusión social y la participación ciudadana. A las empresas que han entrado en el mercado de la seguridad, entonces, no les interesa el problema de la seguridad como problema social, sino solamente como un mercado del cual se puede obtener bastante beneficio económico.

Por su parte el beneficio político es mucho menos evidente a simple vista de los entrevistados. Para muchos de ellos, el provecho que obtienen ciertos personajes de los medios pasa por el tema de la farándula.

Por las lucas po, si la tele mueve muchas lucas, muchas lucas, si bien es cierto estas cabras que dan vuelta por todos los canales, salió de uno calló en el otro, ahora te pongo un ejemplo, hay un programa que dan el día domingo o lo daban que era de juegos y eso es más sano ¿cachay? Y va a comparar ese programa con SQP, y eso molesta a la gente, por lo menos a mí si, puro pelambre mira que la otra, y así empieza y después van al otro canal y así pasan por todos los canales, dele pelar, sacándole el cuero a la otra, esa misma la Alvarado, anda haciendo noticia por todos lados y ¿por qué lo andan haciendo? (Manuel, trabajador, 35 años)

El beneficio político más perceptible pasa por el tema de obtener una buena aprobación y aumentar el electorado a su favor. Sin embargo a niveles más profundos, como la política del estado en cuanto a seguridad, es percibida solo como un problema de dotación policial, pero no como un problema de control social.

Está el asunto de que en las campañas presidenciales lo que mas ofrecen es enfrentar la delincuencia, que van a hacer tal y tal cosa por enfrentar la delincuencia entonces pa’ generar un poco más de tranquilidad en la gente, o confianza como “yo me voy a ocupar de la delincuencia, como decía Piñera” (Manuel, trabajador, 35 años)

P: volviendo al tema de los medios ¿usted cree que el mostrar tanta violencia o tantas cosas, trae algún beneficio para alguien, ya sea económico o político?

R: al medio, al medio que lo pública, claro y no solo económico, la política es manejada por esos temas, claro eso beneficia nada más que al medio que lo difunde y a la política, no hay más beneficiados, la población no se beneficia con que tú muestres una alta violencia en las calles o muestres otro tipo de violencia, yo creo que no... no se beneficia. (Cristián, empresario, 57 años)

P: ¿usted cree que alarmar a la población le trae beneficios a alguien?

R: no, alarmar a la población, a la población al menos no le trae beneficio pero quizás a los medios de comunicación si po, a ellos si porque eso hace que la gente vea más la televisión y le trae beneficio económico porque la gente ve más, vende más porque la gente ve más, y la gente ve más por tratar de informarse y a ellos les beneficia el hecho de que suban su rating y vendan más po. (Isabel, dueña de casa, 53 años)

P: ...y políticamente ¿usted cree que beneficia a alguien?

R: bueno si, también se cuelgan del tema los políticos...

P: siempre está la promesa de terminar con la delincuencia...

R: ah si po, lo que siempre han propuesto todos los candidatos y ninguno ha llegado a su objetivo...

P: o sea que sí hay, como dice usted como que “se cuelgan” del tema pa sacar beneficio ellos...

R: si, de todas maneras... los políticos son los que le sacan mayor provecho a todas las cosas po, hacen hasta lo casi inhumano por el voto... así es la política.

P: o sea ¿sacar beneficio a cualquier costo?

R: los de izquierda y derecha son todos iguales. (Héctor, trabajador, 59 años)

Lo que se desprende en los testimonios anteriores es que el poder político y económico que se ejerce sobre la sociedad es difuso a simple vista, es decir, se encuentra oculto, imperceptible, debido a que su naturaleza es ser indetectable, justamente para que nadie, al menos nadie del común de la gente (excluyendo a intelectuales y científicos sociales que sí se dedican a investigar estos temas), tenga testimonio claro de sobre cómo se ejerce el control social mediático.

CONCLUSIONES

La investigación que hasta aquí se ha presentado buscó principalmente identificar los procesos de influencia que existen entre los medios de comunicación y la sociedad chilena, en lo que concierne a su aspecto cultural. Con esto se ha sugerido que existe una influencia directa desde los medios de comunicación, principalmente la televisión, a través de los contenidos de violencia (noticieros y otros) que emiten hacia la población que los consume, lo que contribuye a generar una cultura del miedo, entendida esta como un comportamiento colectivo en el contexto de la sociedad chilena actual que adquieren los sujetos mediante dicho consumo y que se refleja en sentimientos de inseguridad, miedo, desconfianza del resto, encierro y sobreprotección en el hogar, individualismo, entre otras.

Para este propósito se formuló el problema en forma de la siguiente interrogante: ¿Cuáles son los procesos por los que la televisión y los medios de comunicación generan una cultura del miedo en la sociedad chilena actual?

Con esto, se persiguió especialmente el objetivo general de identificar los procesos en los que la televisión, y los medios de comunicación masivos en general, a través de distintos factores de influencia y control, generan una cultura del miedo en la sociedad chilena actual.

El modelo de análisis que se utilizó para la obtención de los resultados consistió básicamente en el análisis temático del contenido de entrevistas cualitativas. Este análisis pudo revelar lo sustancial de cómo los entrevistados pensaban, percibían, sentían, actuaban y vivían la cultura del miedo. Por medio de un desglose en cinco ejes temáticos principales, se ha logrado establecer la forma y el contenido de la cultura del miedo, la que fue presentada en diferentes categorías correspondientes a diferentes aspectos dentro de esos cinco ejes.

En vista de los resultados obtenidos podemos concluir específicamente que:

- La influencia que ejercen los medios de comunicación sobre la sociedad chilena se caracteriza por ser culturalmente consecuente con la realidad cultural de la ciudad de Santiago, es decir, los medios al encontrarse concentrados en dicha ciudad, emiten contenidos que hacen referencia a esa locación, sin embargo, al ser su alcance nacional, extrapolan esa realidad santiaguina a la realidad de las regiones, en este caso a la ciudades de Valdivia y Los Lagos, generando el mismo efecto de miedo, pero que no se corresponde con la realidad local, donde muchas veces las condiciones objetivas de inseguridad son menores que su percepción. La realidad mediatizada es culturalmente homogeneizadora a pesar de que la realidad de las distintas ciudades sea diferente y tenga diversas formas de recepción según la composición del público o

las audiencias. En Valdivia, por ser una ciudad grande, se hace más notoria la segregación socio-espacial que en Los Lagos, que por su parte, por ser una ciudad pequeña y de menos habitantes, se hace más notoria una ciudad con mayor vida social y menor segregación.

- Utilizando la técnica de la entrevista cualitativa, se ha dilucidado que existe una transmisión cultural desde los medios hacia la sociedad chilena que es excesiva y repetitiva que tiene fuerte eco en cómo se comporta y opina. Esto queda en evidencia puesto que la mayoría de los entrevistados reconoció que los medios de comunicación al momento de informar, lo hacen acerca de sucesos de violencia y viven la mayoría de las características de la cultura del miedo.
- Existe una relación directa entre la cultura del miedo y los contenidos de los medios de comunicación. Esto queda demostrado porque el contenido de los relatos de los entrevistados hace referencia a la información contenida en la emisión de los medios, en palabras más simples, la gente habla, siente y teme a lo que ve en televisión y otros medios, siente y teme porque es la televisión y otros medios los que están constantemente dando las pautas de lo que debe ser temido.
- La cultura del miedo se genera con un solo propósito de fondo, la cual es la perpetuidad de la estructura de poder en la que las elites de la economía y la política están en la cima. En este sentido, el proceso de generar la cultura del miedo en Chile se caracteriza por su función de control social, el cual está enfocado en incrementar la división social, sancionar y reprimir los actos violentos contra la propiedad privada, impulsar el consumismo y el individualismo, impedir la organización social para el cambio del orden establecido, entre otras.
- Las principales características de la cultura del miedo, según lo indican los comportamientos y opiniones son: sentimiento de inseguridad constante aun sin haber sufrido la experiencia de un acto violento; la creencia de que se puede ser víctima de un suceso violento en cualquier momento, inclusive dentro del hogar; la idea de que ciertos lugares en la ciudad y horas son malos y peligrosos, especialmente las zonas periféricas y barrios con fama de peligrosos, lugares oscuros y la noche en general; la noción de que las mujeres están más expuestas al peligro que los hombres; la noción de que los más viejos son más temerosos que los jóvenes; la necesidad de informarse por los medios tradicionales a pesar de su cargada entrega de información sobre hechos violentos; la concepción del joven de población marginal, denominado como *flaite* (con todos los rasgos que ello implica) como agente de delincuencia y peligro y alejamiento físico de este; conciencia (en algunos sectores sociales, por ejemplo de izquierda) de que el temor infundido por la televisión beneficia solo a los poderosos de la política y la economía y se condicen con la perpetuación del modelo imperante.

- Las audiencias más vulnerables al sentimiento de miedo derivado de los contenidos noticiosos violentos de los medios, son las que pertenecen a las generaciones de analfabetos digitales, como los adultos mayores y en menor medida los inmigrantes digitales, quienes por sus condiciones físicas y de salud se sienten desprotegidos frente a delincuentes que gozan de una juventud y agilidad extraordinarias, sumado a su sentimiento de responsabilidad ante el cuidado de sus familias. Adicionalmente estas audiencias ancianas o maduras escasamente tienen acceso a otras plataformas de información, no por incapacidad adquisitiva, sino, como ya vimos, por su posición desventajosa en la brecha digital generacional.
- Por otra parte el público de clase trabajadora es quien se encuentra más expuesto a consumir la televisión abierta, esto debido a su incapacidad económica de acceder a otras formas de información, como sí lo pueden hacer los públicos empresariales y de clase burocrática, los cuales cuentan también con la televisión por cable e Internet, en el que hay una mayor libertad de escoger lo que se quiere ver o leer. Asimismo, estos últimos tienen mayor acceso a productos y servicios referentes a la seguridad de sus casas, a diferencia del público de clase trabajadora que principalmente vive en poblaciones en que las condiciones de seguridad son menores.
- La audiencia femenina también está muy impregnada de miedo, gracias a ciertas noticias en que se ha mostrado a mujeres figurar como víctimas de homicidios y abusos sexuales principalmente por parte de sus parejas. Bien conocida es la contabilización que hacían los medios sobre femicidios durante un año. Esto finalmente contribuye a generar una mayor sensación de vulnerabilidad en las mujeres y obviamente a sembrar la desconfianza en los hombres, principalmente del estereotipo “flaite”.
- Los jóvenes, tratados en su condición de nativos digitales, indiferentemente de su género, son quienes tienen el mayor acceso a las nuevas tecnologías de información, principalmente Internet, por lo que son más proclives a comprobar y contrastar informaciones y liberarse del peso de la información delincriminal de la TV abierta. Fundamental es mencionar en este punto que, dado este acceso a nuevas maneras de informarse, y a raíz de la fuerte organización estudiantil gestada, primeramente por los jóvenes y que poco a poco involucró a buena parte de la ciudadanía en 2011, podría emanar aquí la idea de que la movilización social, gracias a su capacidad de articulación de distintas organizaciones y personas en un objetivo o lucha comunes, se constituye como un mecanismo que permitiría superar el clima generado por la cultura del miedo y principalmente contrarrestar la influencia de los medios y romper con lo que muchas veces en las plataformas virtuales (como Facebook, Twitter, Youtube u otros) se denominó

“cerco comunicacional” aludiendo a la omisión u ocultamiento de ciertas informaciones de importancia para el movimiento estudiantil en ese entonces.

Como conclusión general podemos señalar que se consiguió identificar varios procesos en que los medios de comunicación de masas en general y la televisión en particular influyen en las audiencias de la sociedad chilena, generando una cultura del miedo; en primer lugar, la incesante exposición de información noticiosa (bombardeo) que hace referencia a sucesos violentos, lo que contribuye a definir al agente generador de miedo (estigmatización del joven *flaite*); en segundo lugar, el desviar la atención de temas e informaciones relevantes para la sociedad, como lo que sucede en ámbitos de política, cultura, entre otros, hacia temas superficiales, de fácil asimilación, impacto visual y gran convencimiento (como la farándula); tercero, el proceso de alineamiento de los principales medios bajo la lógica neoliberal consistente con la reproducción y perpetuación del actual orden económico y político establecido a favor de las elites en la cima de dicho orden; cuarto, la omnipresencia de los medios obteniendo el monopolio de la cobertura informativa que la hace hábil para mostrar solamente un punto de vista imposibilitando su comparación y produciendo su obligado comentario entre el público; quinto, la diversificación de los medios cuyo fin es crear la sensación de que estos son independientes y no están ligados entre sí, consiguiendo así una falsa pluralidad; y por último la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en pocas manos pertenecientes a la elite de la clase empresarial.

Sin embargo como toda investigación, ésta tiene sus limitaciones. La principal de ellas consiste en que la realidad nacional es tan grande que se torna muy difícil su estudio cualitativo. Sería un interesante proyecto, que este tipo de investigaciones, que concierne a la realidad nacional y contingente pudiera realizarse con mayor ahínco para la solución de problema que afectan a nuestro país, para la propuesta de acciones que vayan en pos de darle sentido crítico al pensamiento de la sociedad civil.

Desde la antropología es de suma importancia que se traten temas de contingencia y en ese sentido es un valioso aporte para indagar en la realidad social y cultural de la sociedad chilena, y también pretende ser un aporte significativo para contribuir al cambio social, una antropología aplicada a la generación de conocimiento crítico ante el mundo actual.

BIBLIOGRAFÍA

Amarilla, Carolina; Pighin, Daniela; Sibio, David. 2011. “Apuntes para una teoría del miedo”. Disponible en <http://ebookbrowse.com/tp-monogr%C3%83%C2%A1fico-antropologia-apuntes-para-una-teoria-del-miedo-doc-d179924743> (visitado el 29 de agosto de 2012)

Antezana, Lorena. 2010. *El noticiero televisivo y su rol social: el caso chileno*. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/4%20ANTEZANA_REVISADO.pdf (visitado el 18 de febrero de 2013)

Bauman, Zygmunt. 2004. *La sociedad sitiada*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Bauman, Zygmunt. 2008. *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Paidós, Buenos Aires.

Bauman, Zygmunt. 2010. *Tiempos líquidos, vivir en una época de incertidumbre*. Tusquets Editores. Barcelona.

Briceño-León, Roberto. 2005. “Amenazas reales y temores imaginarios. Los medios de comunicación y la construcción social del miedo”. Disponible en: http://www.flacsoandes.org/web/imagesFTP/1219155775.Amenazas_reales_y_temores_imaginar_ios_por_Roberto_Briceno_Leon.pdf (Visitado el 18 de julio de 2011)

Castell, Pablo. 2010. “La brecha digital generacional”. Presentación disponible en: <http://www.slideshare.net/pablocastell/la-brecha-digital-generacional> (visitado el 30 de noviembre de 2011)

Castellón, Lucía; Jaramillo, Oscar. 2002. “Las múltiples dimensiones de la brecha digital”. Disponible en <http://www.er.uqam.ca/nobel/gricis/actes/panam/Castello.pdf> (visitado el 30 de noviembre de 2011)

Castells, Manuel. 2006. “La nueva comunicación”. En: Castells, Manuel *et al.* *La nueva comunicación*. Editorial Aún creemos en los sueños Le Monde Diplomatique. Santiago de Chile.

Consejo Nacional de Televisión. 2010. *Anuario estadístico de oferta y consumo de la TV abierta 2010*. Disponible en

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110426/asocfile/20110426114702/ppt_anuario_estadistico_final_2010.pdf (visitado el 1 de diciembre de 2011)

-----, 2011. *VII Encuesta Nacional de Televisión*

Chilevisión Noticias. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Disponible en <http://www.chilevision.cl/home/content/view/399056/81/> (visitado el 25 de febrero de 2013)

Chilevisión Noticias. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Disponible en <http://www.chilevision.cl/home/content/view/399262/81/> (visitado el 25 de febrero de 2013)

Dussell, Enrique. 2012. “Nueva dictadura mundial y nacional”. Disponible en <http://www.jornada.unam.mx/2012/08/10/opinion/020a1pol> (Visitado el 10 de agosto de 2012)

El Mercurio. Lunes 7 de noviembre de 2011. Disponible en <http://diario.elmercurio.com/2011/11/07/nacional/nacional/noticias/1B7B9344-CEBC-45F6-BB4F-04831867F540.htm?id={1B7B9344-CEBC-45F6-BB4F-04831867F540}> (visitado el 15 de noviembre de 2011)

El Mercurio. 22 de diciembre de 2011. Disponible en http://buscador.emol.com/vermas/El%20Mercurio/Nacional/2011-12-22/c7bf3446-bf71-4438-b070-b83ca764cac6/V%C3%ADctima_de_asalto_en_Chicureo%3A_%22Dec%C3%ADAn_que_les_daba_lo_mismo_matarnos%2C_que_entreg%C3%A1ramos_todo%22/ (visitado el 25 de febrero de 2013)

El Mundo. Jueves 2 de junio de 2011. <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/02/comunicacion/1307014910.html> (visitado el 15 de noviembre de 2011)

Espinar, Eva *et al.* 2006. *Introducción a la sociología de la comunicación*. Universidad de Alicante.

García Canclini, Néstor. 1990. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo. México.

Geertz, Clifford. 2003. *La interpretación de las culturas*. Gedisa Editorial. Barcelona.

Guzmán, Juan y Ramos, Marcela. 2000. *La Guerra y la Paz ciudadana*. LOM Ediciones. Santiago de Chile.

Instituto Nacional de Estadísticas. 2005. *Enfoques estadísticos. Boletín informativo*. Disponible en:

http://www.ine.cl/canales/sala_prensa/archivo_documentos/enfoques/2005/files/enf_clas_hog.pdf

(Visitado el 6 de febrero de 2013)

Instituto Nacional de las Mujeres de México. 2005. “Las mujeres y los medios de comunicación”.

En: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/100762.pdf (visitado el 30 de noviembre de 2011)

Jiménez, César y Muñoz Jorge. 2007. “Estructura de los Medios de Comunicación en Chile”. En: *Sociedad y Cultura: Reflexiones Transdisciplinarias*. Valdivia.

La Nación. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Disponible en

<http://www.lanacion.cl/delincuente-baleado-en-violento-asalto-en-casa-de-chicureo/noticias/2011-12-21/094312.html> (visitado el 25 de febrero de 2013)

La Segunda. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Diponible en

<http://www.lasegunda.com/Noticias/Nacional/2011/12/706617/brutal-asalto-en-casa-de-chicureo-policia-debio-dispararle-a-ladron-mientras-este-encanonaba-a-un-menor-de-16-anos> (visitado el

25 de febrero de 2013)

La Tercera. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Disponible en <http://www.latercera.com/noticia/nacional/2011/12/680-414606-9-violento-asalto-en-chicureo-deja-cuatro-detenidos-y-un-delincuente-herido-a-bala.shtml> (visitado el 25 de febrero de 2013)

----- Jueves 22 de diciembre de 2011. (Versión impresa)

Larraín, Jorge. 2005. *¿América Latina moderna? Globalización e identidad*. LOM Ediciones. Santiago de Chile.

Las Últimas Noticias. Domingo 16 de octubre de 2011. Disponible en http://a2011.kiosko.net/10/16/cl/cl_ultimas_noticias.750.jpg (visitado el 25 de febrero de 2013)

----- Domingo 6 de noviembre de 2011. Disponible en http://a2011.kiosko.net/11/06/cl/cl_ultimas_noticias.750.jpg (visitado el 25 de febrero de 2013)

----- Martes 29 de noviembre de 2011. Disponible en http://a2011.kiosko.net/11/29/cl/cl_ultimas_noticias.750.jpg (visitado el 25 de febrero de 2013)

----- Sábado 10 de diciembre de 2011. Disponible en http://a2011.kiosko.net/12/10/cl/cl_ultimas_noticias.750.jpg (visitado el 25 de febrero de 2013)

----- Sábado 7 de enero de 2012. Disponible en http://img.kiosko.net/2012/01/07/cl/cl_ultimas_noticias.300.jpg (visitado el 25 de febrero de 2013)

----- Martes 17 de enero de 2012. Disponible en http://img.kiosko.net/2012/01/17/cl/cl_ultimas_noticias.300.jpg (visitado el 25 de febrero de 2013)

Lechner, Norbert. 2002. *Las sombras del mañana. La dimensión subjetiva de la política*. LOM Ediciones. Santiago de Chile.

NationMaster. 2003. "Media Statistics: Televisions (most recent) by country". En: http://www.nationmaster.com/graph/med_tel-media-televisions (Visitado el 15 de noviembre de 2011)

Martín-Barbero, Jesús. 1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

Martín Barbero, Jesús. 2003. "Medios y culturas en el espacio latinoamericano". En: Papeles Iberoamericanos. Cooperación Cultural Euroamericana. Disponible en http://www.oei.es/publicaciones/campus_euroamericano/publicacion_III_campus.pdf (Visitado el 21 de febrero de 2013)

Maturana, Felipe; Raurich, Valentina; Silva, Juan Pablo. 2001. *Etnografía, aclarando conceptos*. Material en video disponible en <http://vimeo.com/9017915> (Visitado el 18 de febrero de 2013)

Ministerio del Interior y Seguridad Pública. 2011. *VIII Encuesta Nacional Urbana de Seguridad Ciudadana. Región de Los Ríos*. Disponible en http://www.seguridadpublica.gov.cl/filesapp/14_LOS_RIOS_ENUSC%202011_FINAL.pdf (Visitado el 6 de febrero de 2013)

Muñoz, Jacobo. 2002. *Marx Antología*. Ediciones Península. Barcelona.

Moore, Henrietta. 1999. *Antropología y feminismo*. Ediciones Cátedra. Madrid

Moulian, Tomás. 2002. *Chile actual: Anatomía de un mito*. LOM Ediciones.

Nichols, Bill. 1997. *La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental*. Paidós. Barcelona.

Niño Soledad et al. 1998. *Territorios del miedo en Santafé de Bogotá (Colombia). Imaginarios de los ciudadanos*. TM Editores. Bogotá.

Niño, Soledad. 2002. "Eco del miedo en Santafé de Bogotá e imaginarios de sus ciudadanos". En: El miedo. Reflexiones sobre su dimensión social y cultural. Corporación Región. Medellín.

Ortner, Sherry. 1972. "Is female to male as nature is to culture". En: Feminist Studies, Vol 1, N° 2 p. 5-31. En <http://www.students.sbc.edu/watson08/HNW/3177638.pdf> (visitado el 28 de noviembre de 2011)

Osorio, Francisco. 2002. "Propuesta para una antropología de los Mass Media". En Cinta de Moebio, marzo N°13, Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile. En: http://www.captura.uchile.cl:8080/jspui/bitstream/2250/13489/1/Propuesta_para_una_antropologia.pdf (visitado el 25 de septiembre de 2012)

Pegoraro, Juan. 2001. "Inseguridad y violencia en el marco del control social". En: revista Espacio Abierto julio-septiembre Vol. 10, N° 3. Pp. 349-372. Cuaderno Venezolano de Sociología. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/122/12210302.pdf> (visitado el 10 de enero de 2012)

Pérez Soto, Carlos. "Burgueses pobres, asalariados ricos". En: Proposición de un Marxismo Hegeliano, Ed. Universidad Arcis, 2008. Disponible en: www.archivochile.com/Ideas_Autores/perez_s_c/peres_s_c00001.pdf (visitado el 13 de septiembre de 2011)

Pross, Harry. 1983. *La violencia de los símbolos sociales*. Editorial Anthropos. Barcelona.

Quivy, Raymond y Campenhoudt, Luc Van. *Manual de investigación en ciencias sociales*. Limusa Noriega Editores. México.

Radio Cooperativa. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Disponible en http://www.cooperativa.cl/familia-sufrio-violento-asalto-en-su-parcela-de-chicureo/prontus_notas/2011-12-21/074821.html (visitado el 25 de febrero de 2013)

Rebolledo, Loreto. 2006. "Discursos del miedo e incertidumbres cotidianas". Disponible en: <http://www.javeriana.edu.co/felafacs2006/mesa2/documents/loretorebolledo.pdf> (visitado el 2 de febrero de 2010)

Reguillo, Rossana. 1998. "Imaginarios globales, miedos locales. La construcción social del miedo en la ciudad". Disponible en: http://www.mamacoca.org/docs_de_base/La_Representacion_Social_del_narcotrafico/Rossana_Reguillo_Imaginarios_la_construccion_social_del_miedo_en_la_ciudad_ALAIC_11-16_de_septiembre_de_1998.pdf (visitado el 21 de octubre de 2010)

-----, 2000. "Los laberintos del miedo. Un recorrido para fin de siglo". En Revista de Estudios Sociales, disponible en <http://res.uniandes.edu.co/view.php/113/1.php> (visitado el 23 de noviembre de 2011)

-----, 2002. "El otro antropológico. Poder y representación en una contemporaneidad sobresaltada". En Revista Anàlisi. Pp. 63-79.

Romano, Vicente. 2009. "Poder y comunicación". En: Revista Laberinto N°3 Disp. en: http://laberinto.uma.es/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=43&Itemid= (visitado el 24 de noviembre de 2011)

Salazar, Gabriel. 2010. "Cultura-sujeto y cultura-objeto". En: La construcción cultural de Chile. Compilación del Gobierno de Chile.

Salcedo, Andrés. 1996. "La cultura del miedo: La violencia en la ciudad". En Revista Controversia N° 166. CINEP. Bogotá.

Segura, Ramiro. 2009. "Paisajes del miedo en la ciudad. Miedo y ciudadanía en el espacio urbano de la ciudad de la plata". En Cuaderno Urbano. Espacio, cultura, sociedad. Vol. 8, N°8. Octubre 2009 (p. 59 – 76). Disponible en: https://arq.unne.edu.ar/publicaciones/cuaderno_urbano/cu_8/archivos/pdf/segura.pdf (Visitado 8 de octubre de 2012)

Terra Noticias. Miércoles 21 de diciembre de 2011. Disponible en <http://noticias.terra.cl/nacional/policial/familia-sufrio-violento-asalto-en-su-parcela-de-chicureo,25c31aa222064310VgnVCM4000009bf154d0RCRD.html> (Visitado el 25 de febrero de 2013)

Universia Knowledge Wharton. 2007. “Los hombres compran, las mujeres van de compras”. En: <http://www.wharton.universia.net/index.cfm?fa=viewArticle&id=1446> (Visitado 06 de diciembre de 2011)

Villa, Marta; Sánchez, Luz; Jaramillo, Ana. 2002. “Caras y contracaras del miedo en Medellín”. En: *El miedo. Reflexiones sobre su dimensión social y cultural*. Corporación Región. Medellín.

Villa, Marta; Sánchez, Luz; Jaramillo, Ana. 2002. *Mitologías Urbanas. La construcción social del miedo. El caso de Medellín*. Corporación Región-Colciencias. Medellín.